



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS

ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO:

CREACIÓN DE UNA EMPRESA PURIFICADORA Y
EMBOTELLADORA DE AGUA EN EL RÍO PIGUAMBÍ, EN EL
RECINTO EL GUADUAL, PARROQUIA ALTO TAMBO,
PROVINCIA DE ESMERALDAS.

Previo a la obtención del Título de Ingeniera en Contabilidad y
Auditoría CPA.

AUTORA: Nila Aidé Tituaña Navarrete

DIRECTOR: Ing. Víctor Zea Zamora Mcs.

Ibarra, enero, 2011

RESUMEN EJECUTIVO

El presente informe final de trabajo de grado, corresponde a un proyecto de factibilidad para la creación de una empresa purificadora y embotelladora de agua en el río Piguambí, en el recinto el Guadual, parroquia Alto Tambo, provincia de Esmeraldas” Para el diseño de la propuesta se siguieron todos los pasos del procedimiento metodológico que se exige para la elaboración de proyectos económico-productivos. Punto de partida fue el estudio de mercado cuyo fin es el de identificar la necesidad del producto, analizando la oferta y la demanda existente. Así pues, entre enero 2009 y julio de 2010, se realizó este estudio a través de la recopilación de información necesaria, mediante la aplicación de encuestas a propietarios de tiendas y súper mercados urbanos en las ciudades de Ibarra, Otavalo, San Lorenzo, Río Verde, Tulcán y Mira pertenecientes a las provincias de Imbabura, Esmeraldas y Carchi respectivamente En este estudio se evidencia la factibilidad para la implementación de una empresa que ofrezca un producto de calidad referente al agua embotellada en diferentes tamaños, el agua embotellada es un producto de consumo masivo lo que hace que se consuma en todos los lugares como por ejemplo en las oficinas, en los restaurantes entre otros razón por la cual existe una considerable demanda insatisfecha a la cual se pretende satisfacer de manera oportuna y eficiente. Enfocamos nuestro análisis fundamentalmente a la cuantificación de la oferta, determinación de la demanda, así como sus proyecciones (oferta y demanda potenciales) hasta el año 2015. A más de la fuente primaria de datos (trabajo de campo), recurrimos a fuentes secundarias de información con el propósito de tener una visión cuantitativa y cualitativa más completa del producto de agua embotellada. Luego de haber reseñado aspectos metodológicos generales que hicieron posible el estudio de mercado, a continuación pudimos descubrir algunos hallazgos importantes de la investigación efectuada, tal es el caso de que en el cantones antes mencionados no existen empresas de producción a gran escala de este tipo de producto, lo que si existen embotelladoras de agua en forma artesanal sin ningún tipo de organización jurídica que brinden las garantías necesarias. Luego de los respectivos estudios económico-financieros, se llegó a determinar la viabilidad y sustentabilidad económica y financiera del proyecto. Finalmente se analizan los posibles impactos que generará la ejecución de este proyecto; siendo el más relevante el efecto económico – social, ya que se generará empleo mejorando la calidad de vida de todas las personas involucradas, dinamizando la economía del sector.

SUMMARY

The final grade work report corresponds to a feasibility project for the creation of a purifying and bottling water company in the Piguambí river, in the Guadual enclosure, in Alto Tambo parish, on Esmeraldas province. For the proposal design every step was followed of a development methodology that is required for the economic-productive projects. The starting point was the market survey aimed to identify the product's needs, analyzing the supply and demand. Thus, between January 2009 and July 2010, a study was conducted through the collection of needed information by the application of surveys to owners of shops and urban super markets in Ibarra, Otavalo, San Lorenzo, Rio Verde, Tulcán cities that belongs to Imbabura, Esmeraldas and Carchi provinces respectively. This study demonstrates that the feasibility of implementing a company offering a quality product relating to bottled water in different sizes, bottled water is a consumer product making mass consumed in all places such as offices, restaurants and other reason why there is considerable unmet demand which is to fulfill in a timely and efficient. We focus our analysis mainly to the quantification of the supply, demand determination and their projections (supply and potential demand) until 2015. In addition to the primary source of data (fieldwork), resorted to secondary sources of information for the purpose of having a quantitative and qualitative fuller bottled water product. Having reviewed general methodological aspects that made the market study, then we discover some important findings of research conducted, as is the case in the cantons there are no companies listed above large-scale production of such product, so if there is bottled water in a small scale without any legal organization to provide the necessary guarantees. After the respective economic and financial studies, it was to determine the feasibility and economic and financial sustainability of the project. Finally, we analyzed the potential impacts generated by this project, being the most significant economic impact - social, as they generate employment by improving the quality of life for all people involved, invigorating the local economy.

AUTORÍA

Yo, **NILA AIDÉ TITUAÑA NAVARRETE**, portadora de la cédula de ciudadanía N° 1002347720 declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría: CREACIÓN DE UNA EMPRESA PURIFICADORA Y EMBOTELLADORA DE AGUA EN EL RIO PIGUAMABÍ, EN EL RECINTO EL GUADUAL, PARROQUIA ALTO TAMBO, PROVINCIA DE ESMERALDAS, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y , se han respetado las diferentes fuentes y referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

Firma

Nila Aidé Tituaña Navarrete
CI: 1002347720

CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la egresada , Nila Aidé Tituaña Navarrete para optar por el Título de **Ingeniera en Contabilidad y Auditoría C.P.A.**, cuyo tema es: “CREACIÓN DE UNA EMPRESA PURIFICADORA Y EMBOTELLADORA DE AGUA EN EL RÍO PIGUAMBÍ, EN EL RECINTO EL GUADUAL, PARROQUIA ALTO TAMBO, PROVINCIA DE ESMERALDAS” Considero el presente trabajo reúne todos los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se digne.

En la ciudad de Ibarra, a los veinte y siete días del mes de diciembre del 2010

**Ing. Com. Víctor Zea Zamora Mcs.
DIRECTOR DEL TRABAJO DE GRADO**



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

CESION DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, **NILA AIDÉ TITUAÑA NAVARRETE**, con cédula de identidad Nro. **1002347720**, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor (es) de la obra o trabajo de grado denominado: **CREACIÓN DE UNA EMPRESA PURIFICADORA Y EMBOTELLADORA DE AGUA EN EL RIO PIGUAMABÍ, EN EL RECINTO EL GUADUAL, PARROQUIA ALTO TAMBO, PROVINCIA DE ESMERALDAS** que ha sido desarrollado para optar por el título de: **INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A.** en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

(Firma) _____

Nombre: **Nila Aidé Tituaña Navarrete**

Cédula: **1002347720**

Ibarra, a los 24 días del mes de febrero de 2011

CONSTANCIAS

El autor (es) manifiesta (n) que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 24 días del mes de febrero del 2011

EL AUTOR:

ACEPTACIÓN:

(Firma) _____

(Firma) _____

Nombre: **Nila Aidé Tituaña Navarrete**

Nombre:

C.C.: **1002347720**

Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario _____

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Técnica del Norte, Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, por haberme acogido en sus aulas y recibido todos los conocimientos y experiencias de mis Docentes de una manera muy profesional y ética.

Agradezco a mi Asesor de Tesis, el Ingeniero Víctor Zea Zamora, quien me colaboró acertadamente en el desarrollo de este trabajo de grado.

Quiero extender un profundo agradecimiento a mis sobrinas, y a mi hermana por todo el apoyo incondicional que me brindaron para llegar hasta este logro.

A todas las personas que de alguna manera me colaboraron para la culminación de este trabajo.

Nilá Aidé

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo de grado a mi mamá y a mi papá, que desde el infinito ha sabido guiarme con amor y sabiduría en la carrera profesional para mi futuro. Gracias por estar conmigo en los buenos y malos momentos brindándome su apoyo.

A mi hijo, que es mi inspiración para alcanzar mis metas, por todos esos momentos que me perdí por haber estado realizando este trabajo, pero que al final se vuelve recompensa.

Nila Aidé

PRESENTACIÓN

El proyecto se lo ha planteado, de acuerdo a las necesidades de los distribuidores de agua como tiendas abastos y supermercados, considerando que se trata de un sector importante para la economía de los cantones Ibarra, Otavalo, San Lorenzo, Río Verde, Tulcán y Mira. A continuación se expone una síntesis de lo tratado en cada fase o capítulos del informe final del trabajo de grado.

En la presente investigación se realizó un diagnóstico situacional de la parroquia Alto Tambo de la provincia de Esmeraldas, mediante este análisis nos permitió tener un conocimiento real de las condiciones en las que se encuentran los habitantes de la Parroquia Alto Tambo, ya que ellos serán los principales beneficiarios de este proyecto. La información necesaria para realizar este estudio se la obtuvo a través de fuentes primarias como entrevistas realizadas a los habitantes mayores del sector.

Se realizó un estudio técnico (ingeniería del proyecto), para establecer la ubicación de la empresa, su tamaño, la distribución de las áreas, la tecnología y equipos requeridos así como también el talento humano que utilizará para la operatividad de la empresa.

Se estableció la misión, visión, principios y valores corporativos con los que la empresa trabajará con el propósito de alcanzar los objetivos propuestos.

En el estudio económico financiero se realizó un análisis de la inversión necesaria para la ejecución de este proyecto, se realizó las proyecciones de ingresos y egresos, los mismos que, harán posible la generación de los estados pro-forma y flujos de efectivo a partir de los cuales se podrá realizar los correspondientes análisis financieros, para determinar la rentabilidad que genere el proyecto así como su viabilidad financiera.

Finalmente se establecieron, los posibles impactos que generará el proyecto, en los aspectos económico-social, empresarial, educativo, y ambiental.

El presente trabajo finaliza con las correspondientes conclusiones y recomendaciones de la investigación realizada.

ÍNDICE GENERAL

CONTENIDOS	PÁGINA
PORTADA	i
RESUMEN EJECUTIVO	ii
SUMMARY	iii
AUTORÍA	iv
CERTIFICACIÓN	v
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR	vi
CONSTANCIAS	vii
AGRADECIMIENTO	viii
DEDICATORIA	ix
PRESENTACIÓN	x
ÍNDICE GENERAL	xii
ÍNDICE DE CUADROS	xvii
INTRODUCCIÓN	20

CAPÍTULO 1

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

Antecedentes	25
Objetivos diagnósticos	25
Variables diagnósticas e indicadores	25
Matriz de relación diagnóstica	27
Fuentes de información	27
Análisis de variables diagnósticas	27
Actividad productiva-empresarial	27
Aspectos socio-económicos	29
Organización administrativa	30
Aspecto ambiental	31
Diagnóstico externo	33
Aliados o ventajas competitivas	33
Oponentes o desventajas competitivas	33
Oportunidades	34
Riesgos	34
Identificación de la oportunidad de inversión	35

CAPÍTULO 2

BASES TEÓRICAS Y CIENTÍFICAS

Administración	35
El proceso administrativo	37
Planificación	37
Organización	37
Integración	38
Dirección	38
Control	38
Gestión del talento humano	39
Niveles administrativos	40
Empresa	42
Tipos de empresas	42
Flujogramas	43
Símbolos utilizados para los esquemas del flujograma	44
Organigrama	45
Contabilidad	45
Importancia	45
Objetivos	46
Registros contables	46
Presupuesto	46
Inversión	47
Inversión fija	47
Gastos pre operativos	47
Capital de trabajo	47
Contabilidad de costos	48
Contribuyentes	49
Personas naturales	49
Personas obligadas a llevar contabilidad	49
Personas jurídicas	50
RUC	50
IVA	50
Impuesto a la renta	50
Libros base utilizados en contabilidad	51
Mayor general	51
Balance de comprobación	52
Estados financieros	53
Estado de situación financiera o balance general	53
Estado de flujo de efectivo	54
Técnicas de evaluación financiera	55
Tasa interna de rendimiento	55

Beneficio costo	56
Período de recuperación	56
Punto de equilibrio operativo	56
Fundamentos de mercadotecnia	57
Producto	57
Promoción	57
Publicidad.....	57
Precio	58
Fijación de precios	58
Comercialización	58
Mercado	58
Oferta	59
Demanda.....	59
Tipos de mercado.....	59
Canales de comercialización.....	60
Distribución y comercialización del prod. O serv.	60
Aspectos físico químicos de la calidad del agua	60
Calidad del agua	61
Características físicas	61
Características químicas	64
Filtros de membrana	65
Ozonificación.....	65
Llenadora	65
Tapadora.....	66
Control de calidad	66
Etiquetado	67
Embotelladora	67

CAPÍTULO 3

ESTUDIO DE MERCADO

Antecedentes	68
Objetivos del estudio de mercado	69
Objetivo general	69
Objetivos específicos	69
Población y muestra investigadas	69
Análisis e interpretación de datos.....	71
Identificación del producto.....	78
El producto a ofertar.....	78
Composición del agua analizada.....	81
Segmentación de mercado.....	82
Análisis y proyección de la demanda	82

Análisis de la demanda	82
Proyección de la demanda	84
Análisis y proyección de la oferta.....	85
Análisis de la oferta.....	85
Proyección de la oferta	85
Balance entre oferta y demanda	86
Análisis de precios	86
Análisis de la competencia	87
Marketing para la nueva empresa.....	88
Estrategias de precio	88
Estrategias de venta	88
Estrategia de publicidad.....	89

CAPÍTULO 4

ESTUDIO TÉCNICO

Localización de la empresa	90
Macrolocalización	90
Microlocalización.....	91
Disponibilidad de recursos financieros.....	93
Según la tecnología a utilizar	93
Materias primas e insumos	94
La organización.....	94
Objetivos de crecimiento según demanda insati.....	95
Fijación de la capacidad del proyecto	96
Análisis técnico o ingeniería del proyecto	96
Requerimiento de infraestructura civil	97
Terrenos	97
Edificios	98
Proceso del negocio y de los servicios	98
Diagramas de procesos	99
Presupuesto técnico	102
Inversiones fijas	102
Inversión variable	106
Inversión diferida.....	108
Resumen de inversiones requeridas.....	108
Estructura del financiamiento.....	108

CAPÍTULO 5

ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

Presupuesto de ingresos	109
Proyección del volumen de producción	109

Proyección del precio	110
Proyección del ingreso por ventas	110
Presupuesto de costos y gastos.....	111
Presupuestos de costos de producción.....	113
Presupuesto de gastos.....	113
Gasto de depreciación	114
Mantenimiento de fábrica	114
Gastos por constitución	115
Amortización gastos de constitución	115
Resumen gastos administrativos.....	116
Gastos de ventas	116
Capital de arranque del proyecto	117
Cálculo del costo de oportunidad	118
Costo de la inversión	118
Estados financieros proforma.....	118
Estado de situación financiera.....	118
Estado de resultados integrales	120
Flujo de caja	121
Evaluación financiera	121
Calculo del van.....	122
Calculo del tir.....	123
Costo beneficio.....	124
Periodo de recuperación de capital	124
Punto de equilibrio.....	125
Resumen de la evaluación financiera.....	126

CAPÍTULO 6

ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

Tipo de empresa	127
Tipo de empresa	127
Nombre y logotipo	127
Etiqueta	128
Elementos estratégicos	129
Misión	129
Visión	129
Objetivos	129
Políticas de la empresa	129
Valores	130
Estructura orgánica	130
Estructura funcional	132
Niveles estructurales	132
Manual de funciones	133
Aspecto legal para la creación de la empresa	141
Aspecto legal	141
Permisos de funcionamiento	143
Formación de la empresa	145

CAPÍTULO 7

ANÁLISIS DE IMPACTOS

Impacto económico	149
Impacto social	150
Impacto empresarial	151
Impacto ecológico	153

CONCLUSIONES

157

RECOMENDACIONES

159

BIBLIOGRAFÍA

161

ANEXOS

163

ÍNDICE DE CUADROS

TITULO DEL CUADRO	PÁG.
Distribución de tiendas y supermercados a nivel urbano	70
Muestra seleccionada	71
Conocer si se vende o no agua embotellada	71
Frecuencia de abastecimiento de agua embotellada	72
Marce de referencia de los compradores	73
Tamaño que prefieren los compradores.....	73
Precio de compra	74
Envases de referencia.....	75
Preferencia del consumidor.....	75
Compras a crédito o de contado	76
Cantidad aproximada de compra	77
Compra de otra marca de agua.....	78
Requisitos que debe cumplir el agua para consumo humano	79
Composición del agua.....	81
Ecuador: ventas de agua embotellada	83
Ecuador: proyección de la demanda de agua embotellada.....	84
Ecuador: proyección de la oferta de agua embotellada	85
Ecuador: demanda insatisfecha de agua embotellada.....	86
Proyección de agua embotellada en envase plástico.....	87
Capacidad según tecnología	94
Objetivos de crecimiento	95
Tamaño y utilización de capacidad instalada	96
Distribución de la planta	97
Requerimiento de terreno.....	97
Valor de construcciones	102
Maquinaria y equipos	105
Resumen de inversiones fijas.....	106
Personal administrativo	106
Mano de obra directa	107
Materiales y accesorios.....	107
Resumen inversiones variables.....	107
Gastos de constitución	108
Estructura de la inversión	108
Volumen de producción para 5 años.....	109
Proyección de precios	110
Proyección de ingresos por ventas	110
Componentes de la remuneración a obreros	112
Costos indirectos.....	112
Costos de producción.....	113
Sueldos administrativos	113
Depreciación de activos fijos	114
Gastos por constitución	115
Amortización gastos por constitución	115

Resumen de los gastos administrativos.....	116
Proyección de gasto publicidad	117
Capital de trabajo.....	117
Costo de la inversión	118
Estado de situación financiera	119
Estado de pérdidas y ganancias proyectado	120
Flujo de efectivo proyectado	121
Clasificación de costos fijos y variables	125
Indicadores de evaluación financiera.....	126
Nómina de socios	145
Escala de impacto.....	148
Matriz de impacto económico	149
Matriz de impacto social	150
Matriz de impacto empresarial.....	151
Matriz de impacto ecológico.....	153

INTRODUCCIÓN

Con el propósito de dar a conocer el procedimiento metodológico seguido para realizar el presente trabajo de investigación, a continuación se transcriben partes fundamentales del Proyecto o Plan de Investigación aprobado por la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Técnica del Norte.

Problema o necesidad a satisfacer.- Alto Tambo parroquia rural perteneciente al cantón San Lorenzo de la provincia de Esmeraldas, situada a 90 Km., de la cabecera cantonal de San Lorenzo y a 130 Km., de Ibarra, capital de la provincia de Imbabura.

La comunidad de El Guadual se encuentra ubicada en las siguientes coordenadas geográficas: 10096965 de altitud norte y 7790354 de longitud oeste. Su altitud promedio es de 674 m.s.n.m., un clima cálido húmedo, la temperatura promedio anual es de, aproximadamente, 25° C.

El sector indicado es rico en fuentes de agua superficiales, que forman parte de la cuenca del río Mira. Los ríos existentes en la zona son: Lita, Piguambí, Chuchubí, Guaduala, Florida, entre otros.

El agua para consumo humano se ha convertido en una necesidad vital considerando fundamentalmente el origen de la fuente y su calidad. Esta característica se puede encontrar en varios de los afluentes de la cuenca del río Mira.

La media mundial de consumo de agua por habitante en los países desarrollados es de 400 litros por día, en tanto que en Latinoamérica este valor es de 100 litros persona día, mientras que más de mil millones de personas en todo el mundo no tienen acceso al agua potable.

La próxima guerra será por el agua. Es posible vivir sin coches, pero la vida sin el “oro azul” es inimaginable.

El mercado del agua embotellada es el más grande del mundo, De ahí que las empresas de este sector se encuentren entre las más poderosas junto a las del petróleo, armamento y farmacéuticas.

Las multinacionales se extienden por todos los continentes animadas por el crecimiento del consumo de agua embotellada. Tanto por las naciones más prósperas como por los países empobrecidos. El precio del agua envasada puede superar en miles de veces el del agua del suministro público. Llama la atención que cada estadounidense consuma, de media, 85 litros de agua embotellada al año cuando sus redes de suministro público nunca fueron tan seguras. En los gigantes asiáticos, China e India, la contaminación de sus ríos facilita la entrada a estas empresas.

Estas empresas han desembarcado en algunos países del continente africano con un elevado porcentaje de población sin agua potable, en donde existe el riesgo de que los gobiernos consideren satisfecha esta necesidad y no inviertan en una red pública de agua segura a pesar del ahorro económico que supondría el tener agua potable.

El área determinada para el proyecto cuenta con una fuente de agua con requisitos de calidad necesarios para abastecer del líquido vital para consumo humano. Con esta antecedente se decidió instalar una planta envasadora de agua que satisfaga las necesidades insatisfechas del mercado de las provincias de Carchi, Imbabura y Esmeraldas. Su ubicación equidistante hacia los mercados potenciales es estratégica.

La falta de confiabilidad en la calidad del agua entubada que se procesan en los “sistemas de agua potable” de las ciudades de San Lorenzo y Río

Verde de la Provincia de Esmeraldas; Ibarra y Otavalo de la Provincia de Imbabura; y, Tulcán y Mira de la provincia del Carchi, hace que las personas consuman agua envasada de dudosa procedencia y calidad, pero que gracias a campañas estructuradas de marketing posibilitan en la población mayor decisión de compra y confianza de consumo de este producto.

Justificación del problema.- La investigación realizada para la creación de la Empresa Embotelladora y comercializadora de agua en la parroquia de Alto Tambo comunidad de El Guadual, servirá como aporte para fomentar y desarrollar la producción utilizando la mano de obra de los miembros de la comunidad, lo que trascenderá directamente en el desarrollo económico y social de los habitantes del sector.

El proyecto de industrialización del agua sirve para satisfacer las necesidades de consumo, el cuerpo humano necesita beber dos litros de agua al día. Para satisfacer esta necesidad diaria, cada vez son más las personas que consumen agua embotellada. El agua embotellada se percibe como de mejor calidad. A menudo los consumidores buscan la seguridad perdida por los escándalos relacionados con los alimentos en los países industrializados o por las enfermedades transmitidas por el agua en los países en desarrollo.

El consumo de agua embotellada ha ido creciendo a un ritmo constante en todo el mundo en los últimos 30 años. Es el sector más dinámico de toda la industria de la alimentación y la bebida; el consumo mundial aumenta en un 12% anual, a pesar de su precio excesivamente alto comparado con el agua potable entubada. Para la comercialización del producto se realizará un estudio de mercado que identifique las necesidades del consumidor, lo que permitirá un mejor posicionamiento en el mercado y, obviamente, mayor rentabilidad.

Existen varios beneficiarios directos e indirectos, entre los directos estarán los propietarios y trabajadores y los indirectos serán los mercados reales, potenciales y consumidores.

El presente proyecto es factible de realizarlo debido que el río Piguambí cuenta con el líquido vital todo el año y se encuentra ubicado en la estribación de cordillera y un clima cálido húmedo favorable. La implementación de la empresa se realizará con recursos económicos propios.

Objetivo general: Crear una empresa purificadora, embotelladora de agua del río Piguambí, ubicado en la parroquia de Alto Tambo, provincia de Esmeraldas, para satisfacer las necesidades reales y potenciales de los consumidores de las provincias del Carchi, Imbabura y Esmeraldas.

Objetivos específicos:

- Realizar un diagnóstico situacional de la comunidad del Guadual, con el fin de categorizar en varios aspectos económico-sociales del área de influencia del Proyecto, llegando a determinar aliado, oponente, oportunidades y riesgos.
- Establecer las bases teóricas que permitan sustentar científicamente todas las fases de la investigación.
- Realizar el estudio de mercado para determinar la oferta y la demanda del agua embotellada en las provincias aledañas, sus proyecciones, análisis de precios y competencia.
- Efectuar un estudio técnico, que permita establecer el tamaño, la localización de la planta, la infraestructura física, procesos productivos e inversión necesaria para la implantación del proyecto.

- Efectuar un estudio económico-financiero con el fin de determinar la factibilidad económica y financiera que justifique la rentabilidad del proyecto.
- Diseñar la estructura orgánica y funcional para la creación de la empresa de producción y comercialización del agua embotellada.
- Analizar los principales impactos, económico, social, empresarial y ecológico que se deriven de su ejecución.

En general, el cumplimiento de los objetivos propuestos y los resultados del estudio e investigación realizada, concluye con la presentación del Proyecto de Factibilidad para la creación de una empresa de producción de agua embotellada, aportará considerablemente al desarrollo empresarial de la región, diversificar la producción y consumo de agua embotellada, mejorará las condiciones de vida de la población y sus familias del sector, ampliando las plazas de trabajo, que generarán mayores oportunidades de ingresos económicos.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1 ANTECEDENTES

Metodológicamente, iniciaremos planificando el proceso del diagnóstico situacional, determinando los objetivos diagnósticos, variables, indicadores, matriz de relación diagnóstica y determinando las fuentes de información.

1.1.1 Objetivos diagnósticos

1.1.1.1 Objetivo general

Realizar un diagnóstico situacional en el recinto el Guadual, para identificar las condiciones económico-sociales y de ambiente del sector, necesarias para la implantación del Proyecto.

1.1.1.2 Objetivos específicos

- Analizar el entorno macro y micro empresarial del sector.
- Determinar las condiciones socio económicas de los habitantes del sector.
- Identificar las formas de organización existentes en el sector.
- Analizar los recursos naturales y el manejo ambiental.

1.1.1.3 Variables diagnósticas e indicadores

Con la finalidad de brindar un mayor entendimiento y análisis se ha llegado a identificar las principales variables con sus respectivos indicadores que a continuación detallamos:

1.1.1.4 Actividad económica-empresarial

- Tipos de empresas.
- Actividades que realizan.
- Tecnología que utilizan

1.1.1.5 Aspectos Socio-económicos

- Antecedentes históricos
- Aspectos demográficos
- Ingresos económicos por familia.
- Nivel de escolaridad.
- Servicios básicos

1.1.1.6 Organización Administrativa.

- Recintos de la Parroquia
- Formas de organización comunitaria.
- Políticas y normas de control comunitario.
- Medios de comunicación.

1.1.1.7 Aspecto Ambiental

- Aspectos geográficos
- Tala de bosques y reforestación
- Preservación del agua y del aire.
- Manejo de desechos.
- Contaminación.

1.1.1.8MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICA	PUBLICO META
Análisis del entorno macro y micro empresarial.	Producción	Tipos de empresas. Actividades que realizan. Tecnología que utilizan	Observación Directa.	Habitantes Dueños de empresas
Determinar las condiciones socio-económicas del sector.	Aspecto socio-económico	Ingresos económicos por familia. Nivel de escolaridad. Religión. Servicios básicos	Entrevistas	Habitantes
Identificar las formas de organización	Administración	Ubicación Formas de administración. Políticas y normas de control comunitario.	Entrevistas	Autoridades
Analizar las estrategias del manejo ambiental.	Aspecto Ambiental	Tala de bosques Preservación de aire. Reforestación Manejo de desechos. Contaminación.	Observación directa Entrevistas	Habitantes

FUENTE: Planteamiento de objetivos, variables e indicadores.

ELABORACIÓN: La Autora

1.1.1.9Fuentes de información

Para realizar el diagnóstico situacional, se ha recurrido a la información proporcionada por la Junta Parroquial, los habitantes del Guadual y propietarios de empresas del sector. Además información del INEC, MAG, Ministerio de Salud, entrevistas y observación directa.

1.2 ANÁLISIS DE VARIABLES DIAGNÓSTICAS

1.2.1 Actividad productiva-empresarial

La parroquia de Alto Tambo está ubicada en el Cantón San Lorenzo, perteneciente a la Provincia de Esmeraldas. Se encuentra limitada al Norte de Cachaví, Al Sur con la Provincia de Imbabura, al Este Río Mira (Provincia del Carchi) y al Oeste la Reserva Ecológica Cotacachi Cayapas.

El 4 de septiembre de 1960 se crea la parroquia de Alto Tambo. Con la apertura del ferrocarril Ibarra - San Lorenzo fue colonizada por Habitantes

de origen colombiano y de la sierra norte; posteriormente avanzan los de la etnia AWA, precedentes de la frontera con Colombia y también habitantes de San Lorenzo afro-descendientes. En la actualidad la mayoría de los habitantes de la parroquia pertenecen a la etnia negra y AWA.

Con la apertura de la carretera Interoceánica Ibarra - San Lorenzo desaparece el ferrocarril y algunos recintos que se ubicaban a margen de la línea férrea desaparecieron, tales como: El Placer, Trescientos diez, Anchayaco, el Ojal, entre otros. Estos habitantes se reubicaron al margen de la carretera y otros en la cabecera parroquial.

La principal actividad económica de los habitantes de la Parroquia Alto Tambo, es la ganadería, la explotación forestal, en menor escala la agricultura y el ecoturismo. Entre las empresas más sobresalientes tenemos:

- Cultivo integrado de palma AFRICANA – Cabecera parroquial de Alto Tambo.
- Finca Pecuaria mi otra luna – Recinto al Guadual.
- Finca Ganadera El Rocío – El Guadual.
- Finca Ganadera La Granada –El Guadual
- Finca Ganadera Jumbol – Cristal
- Finca Ganadera Don Pérez – Cristal
- Finca Ganadera Flia. Burbano - Cristal
- Empresa Eco turística “7 Cascadas” – El Guadual.
- Finca Cafetalera “Bufalito” – El Guadual

Sin embargo, la mayoría de los habitantes se dedican a la crianza de animales menores y a la agricultura de subsistencia. La explotación maderera es semi artesanal, por cuanto utilizan para sus labores mano de obra directa y a lo mucho la moto sierra. En el resto de actividades no utilizan ninguna tecnología, por ello es una explotación artesanal.

En lo que respecta a la Comunidad de El Guadual, las empresas existentes son dos: la Empresa Cafetalera Bufalito y la Empresa Turística 7 Cascadas, que en algo han desarrollado este sector, dando fuentes de empleo e ingresos para una parte de los pobladores. El talento humano contratado es de la comunidad y son remunerados a 8 dólares el jornal.

1.2.2 Aspectos socio-económicos

La parroquia de Alto Tambo está habitada por alrededor de 80 familias, de las cuales el 50% pertenecen a la etnia negra, el 40% pertenecen a la etnia AWA y el 10% restante pertenecen a la etnia mestiza).

Para conocer un poco más sobre aspectos socio demográfico de la parroquia, se analiza a continuación la situación de cada una de las comunidades o recintos en que se divide.

En la Comunidad de El Guadual están ubicadas 35 familias, de las cuales el 80% pertenecen a la etnia AWA, el 12% son mestizos y el 8% son de raza de color.

La comunidad denominada El Cristal, se encuentra habitada por unas 52 familias: el 50% pertenecen a la etnia AWA y el 50% son mestizos.

Durango, que es otra de las Comunidades de la Parroquia El Guadual, está poblada por unas 12 familias: el 80% pertenecen a la etnia negra y el 20% son mestizos.

Por entrevistas efectuadas a los pobladores, se puede afirmar que los ingresos económicos por familia provienen de trabajos ocasionales (jornaleros), con un salario diario que oscila entre 10 dólares dando un promedio total al mes de 210 USD, cuando el trabajo es continuo y estable.

Al hablar sobre el nivel de escolaridad, la parroquia cuenta con escuelas en todas las comunidades, de 10 años de educación básica, por lo que el nivel de escolaridad es básico y en general aceptable.

En cuanto a servicios básicos, el sector analizado cuenta con: energía eléctrica, agua entubada en los recintos: Alto Tambo y El Cristal. Prácticamente, la Parroquia y sus comunidades están semi atendidas en este aspecto.

1.2.3 Organización Administrativa.

En lo relacionado a la organización político-administrativa, la Parroquia en mención se encuentra dividida en los siguientes Recintos:

- Cabecera parroquial (Alto Tambo)
- El Guadual
- El Cristal
- Durango

Las comunidades se encuentran organizadas de la siguiente manera:

- Presidente de la Junta parroquial.
- Presidentes de cabildos.
- Presidente de Padres de familia,
- Clubes de mujeres y deportivos.

En la cabecera parroquial está ubicada la Tenencia política, UPC. Que son los encargados de vigilar y controlar el orden en todos los recintos.

En el recinto El Guadual es una comunidad formada de 35 familias, compuestas básicamente en promedio de 4 miembros.

Los ingresos económicos de las familias de la comunidad de El Guadual son de un jornal de 40 dólares semanales en promedio.

El nivel de escolaridad de los habitantes del sector es básico, existe una escuela de un docente. Por otro lado, existe en el sector tres sectas religiosas.

Los servicios básicos con que cuenta la comunidad son luz eléctrica, letrización, no cuenta con agua potable, servicio de telecomunicaciones, entre otros.

La comunidad cuenta con la máxima autoridad que es el Presidente la junta Parroquial, además con el presidente del Cabildo, presidente de padres de familia de la Escuela, mismos que son los encargados de coordinar acciones para el desarrollo del sector.

En lo relacionado a medios de comunicación, se tiene lo mínimo: servicio de teléfono convencional y celular y principalmente vías de Acceso de primer orden.

1.2.4 Aspecto Ambiental

La parroquia está ubicada entre 500 y 750 msnm. Su clima es cálido húmedo, con una temperatura de 25° y 30 ° C.

En lo que ambiente se refiere es muy prodigioso, por encontrarse ubicada en la estribación de cordillera, lo que hace que exista presencia de lluvias permanentes (aproximadamente de 300 días) y la vegetación se regenere de forma inmediata y natural.

Precisamente la fuente u origen del río Piguambí se encuentra en esta zona lluviosa y de gran vegetación natural, lo que asegura a la empresa a conformarse, a disponer del agua, principal fuente de materia prima, en magníficas condiciones naturales.

1.3. DIAGNÓSTICO EXTERNO

1.3.1 Aliados o ventajas competitivas

Es la búsqueda consiente de un plan de acción que permita a una organización posicionarse en el sector o industria, de manera tal que obtenga una ventaja competitiva sostenible, que permita alcanzar un retorno superior en el largo plazo. Las ventajas competitivas se logran a través de los siguientes factores: la eficiencia, eficacia, calidad, innovación, capacidad para satisfacer al cliente.

Así, la ventaja competitiva es la habilidad para obtener mayor rendimiento que los rivales, ya que el objetivo primordial de la empresa es el rendimiento. Para el caso del presente Proyecto se señalan los siguientes aliados o ventajas competitivas que tendría el nuevo proyecto a implantarse:

- Existencia de tiendas y supermercados en los cantones investigados, lo que asegura la comercialización de agua embotellada.
- Vía de acceso de primer orden, constituido por la carretera Ibarra- San Lorenzo, debidamente pavimentada.
- Mano de Obra disponible en la comunidad.
- Ubicación estratégica en la unión de las tres provincias de Carchi, Imbabura y Esmeraldas.

1.3.2. Oponentes o desventajas competitivas

Las desventajas competitivas son aspectos negativos que tendría tal o cual empresa a instalarse, en relación a otras similares con las cuales competirá en el mismo mercado. Encontrarse en desventaja de algo, por ejemplo, la tecnología, capacidad de endeudamiento cuando

obtiene una tasa de beneficios inferior o no tiene el potencial para obtenerla. A continuación se exponen oponentes o desventajas competitivas que tendría el Proyecto:

- Competencia con empresas con experiencia y prestigio.
- Inestabilidad política y económica
- Personal sin experiencia en tratamientos de agua.

1.3.3. Oportunidades

A continuación se prevén las siguientes oportunidades de crecer y posesionarse en el mercado, por parte de la empresa a crearse:

- Disponibilidad del terreno.
- Disponibilidad del recurso hídrico.
- Cuenta con recursos propios para la operatividad de la empresa.
- Estudio de factibilidad para la creación de la empresa.

1.3.4 Riesgos

Se trata de la **probabilidad** que un peligro (causa inminente de pérdida), existente en una actividad determinada durante un periodo definido. En definitiva, son eventualidades, factores negativos que las empresas están expuestas en sus operaciones. Se puede entender como, el potencial de pérdidas que existen, asociados a una operación productiva, cuando cambian en forma no planeada las condiciones definidas, como estándares para garantizar el funcionamiento de un **proceso** o del sistema productivo en su conjunto. Al respecto, se determinan los siguientes riesgos:

- Falta de experiencia en la actividad.

- Personal no cualificado para trabajar en le empresa.
- Producto nuevo en el mercado.
- Falta confianza del producto por parte de los consumidores.

1.4. IDENTIFICACIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE INVERSIÓN

Del análisis del diagnóstico situacional aplicada a la presente investigación, se determina que el problema de mayor incidencia por el cual atraviesan los habitantes del sector es la falta de creación de empresas que oferten fuentes de trabajo que les permita mejorar las condiciones de vida de los ciudadanos.

Si no se resuelve este problema a mediano plazo puede provocar la excesiva migración de los pobladores a las ciudades más grandes del país. Por lo tanto se propone la creación de una empresa embotelladora de agua para aprovechar los nacimientos de agua naturales, en donde ofertará fuentes de trabajo que les permita mejorar los niveles de vida y de escolaridad a los habitantes del sector.

CAPÍTULO II

2. BASES TEÓRICAS Y CIENTÍFICAS

Las bases teóricas y científicas es donde se sitúa el tema que se está estudiando, dentro de un conjunto de conocimientos que permiten orientar la búsqueda de nueva información y ofrece una conceptualización adecuada de los términos que se desarrollarán en el trabajo. El punto de partida para construir un marco de referencia lo constituye el conocimiento previo de los temas que se hacen referencia, tomando en cuenta lo que dicen los autores y analizando en forma coherente los contenidos.

“Las bases teóricas constituyen el corazón del trabajo de investigación, pues es sobre este que se construye todo el trabajo. Una buena base teórica formará la plataforma sobre la cual se construye el análisis de los resultados obtenidos en el trabajo, sin ella no se puede analizar los resultados. La base teórica presenta una estructura sobre la cual se diseña el estudio, sin esta no se sabe cuales elementos se pueden tomar en cuenta, y cuáles no. Sin una buena base teórica todo instrumento diseñado o seleccionado, o técnica empleada en el estudio, carecerá de validez.”(www.rena.edu.ve/).

Para el desarrollo del Marco Teórico se han respetado las citas bibliográficas de conceptos y opiniones científicas, que se las ha incorporado en cada tema o subtema a lo largo de toda la investigación realizada. A continuación se presenta una síntesis de lo abordado en cada uno de ellos.

2.1 ADMINISTRACIÓN

THOMPSON, Iván (2009). Pág. 1, manifiesta: “La administración es el proceso de planificar, organizar, dirigir y controlar el uso de los recursos y las actividades de trabajo con el propósito de lograr los objetivos o metas de la organización de manera eficiente y eficaz”

La administración es un instrumento que nos permite diseñar el futuro deseado de las organizaciones, sean estas unidades de producción como empresas grandes, medianas y pequeñas o microempresas.

2.1.1 EL PROCESO ADMINISTRATIVO

GESTIÓ, Polis, (2003), manifiesta: “El proceso administrativo son las actividades que el administrador debe llevar a cabo para aprovechar los recurso humanos, técnicos, materiales, etc., con los que cuenta la empresa.” (Pág. 1)

El proceso administrativo lo constituyen las siguientes etapas: Planificación, organización, integración, dirección, y control en donde en cada fase se determina las diferentes acciones a realizar en la organización.

2.1.1.1 PLANIFICACIÓN

GESTIÓ, Polis (2003), manifiesta: “Consiste en establecer anticipadamente los objetivos, políticas, reglas, procedimientos, programas, presupuestos y estrategias de un organismo social., es decir, consiste con determina lo que va a hacerse.” (Pág. 1)

En esta fase se determina los objetivos de la organización; estableciendo los recursos requeridos para el correcto funcionamiento, en base de los resultados de años anteriores para proyectarnos al futuro.

2.1.1.2 ORGANIZACIÓN

GESTIÓ, Polis, (2003), manifiesta: “La organización agrupa y ordena las actividades necesarias para lograr los objetivos, creando unidades administrativas, asignando funciones, autoridad, responsabilidad y jerarquías; estableciendo además las relaciones de coordinación que entre dichas unidades debe existir para hacer optima la cooperación humana, en esta etapa se establecen las relaciones jerárquicas, la autoridad, la responsabilidad y la comunicación para coordinar las diferentes funciones..” (Pág. 1)

La organización permite identificar ¿Quién, Cómo, Cuándo?, se van a realizar las tareas, actividades definiendo los procesos a efectuarse en la organización, como la estructura y las funciones que se tienen que realizar.

2.1.1.3 INTEGRACIÓN

Gestió Polis, (2003), manifiesta: "Consiste en seleccionar y obtener los recursos financieros, materiales, técnicos y humanos considerados como necesarios para el adecuado funcionamiento de un organismo social., la integración agrupa la comunicación y la reunión armónica de los elementos humanos y materiales, selección entrenamiento y compensación del personal".(Pág. 1)

La integración es fundamental para lograr con éxito las operaciones de la empresa, esto es utilizar con eficiencia y eficacia los diferentes recursos para lograr los objetivos de la organización y costos de producción competitivos en el mercado.

2.1.1.5 DIRECCIÓN

GESTIÓN, Polis (2003), manifiesta: "Es la acción e influencia interpersonal del administrador para lograr que sus subordinados obtengan los objetivos encomendados, mediante la toma de decisiones, la motivación, la comunicación y coordinación de esfuerzos la dirección contiene: ordenes, relaciones personales jerárquicas y toma de decisiones." (Pág. 1)

En esta etapa identifica a la influencia directa o indirecta, la guía del Líder – Autoridad sobre los individuos para la consecución de los objetivos fijados, por medio de metodologías claras para los diferentes procesos.

2.1.1.6 CONTROL

GESTIÓN, Polis, (2003), manifiesta: "Establece sistemas para medir los resultados y corregir las desviaciones que se presenten, con el fin de asegurar que los objetivos planeados se logren". (Pág. 1)

Es la medición y verificación de lo que se ha ejecutado para detectar desviaciones y tomar acciones correctivas inmediatas, el control se da en todas las funciones de la administración y permite mejorar lo obtenido o reprogramar.

2.1.1.7 GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO

"La disciplina que persigue la satisfacción de objetivos organizacionales contando para ello una estructura y a través del esfuerzo humano coordinado".

Como fácilmente puede apreciarse, el esfuerzo humano resulta vital para el funcionamiento de cualquier organización; si el elemento humano está dispuesto a proporcionar su esfuerzo, la organización marchará; en caso

contrario, se detendrá. De aquí a que toda organización debe prestar primordial atención a su personal, (talento humano).” (www.monografias.com)

El Talento Humano es de vital importancia, el mismo que debe ser atendido en los diferentes requerimientos como capacitación, incentivos, remunerativos y no remunerativos entre otros; el trabajo en equipo y coordinado será fundamental para el éxito de la empresa.

Solo el hombre puede transformar los bienes, para lograr nuevos productos útiles para satisfacer los requerimientos de la sociedad.

Gestión del Talento Humano es un enfoque estratégico de dirección cuyo objetivo es obtener la máxima creación de valor para la Organización, a través de un conjunto de acciones dirigidas a disponer en todo momento del nivel de conocimientos capacidades y habilidades en la obtención de los resultados necesarios para ser competitivo en el entorno actual y futuro organizativo.

2.1.1.8 NIVELES ADMINISTRATIVOS

VÁSQUEZ, Víctor (2002), manifiesta: “Los niveles administrativos por lo general responden, a un mismo tipo estructural, funcional y jurídico, diferenciándose únicamente en la amplitud de la responsabilidad, en la jurisdicción que tienen y en el tamaño de sus unidades.” (Pág.176)

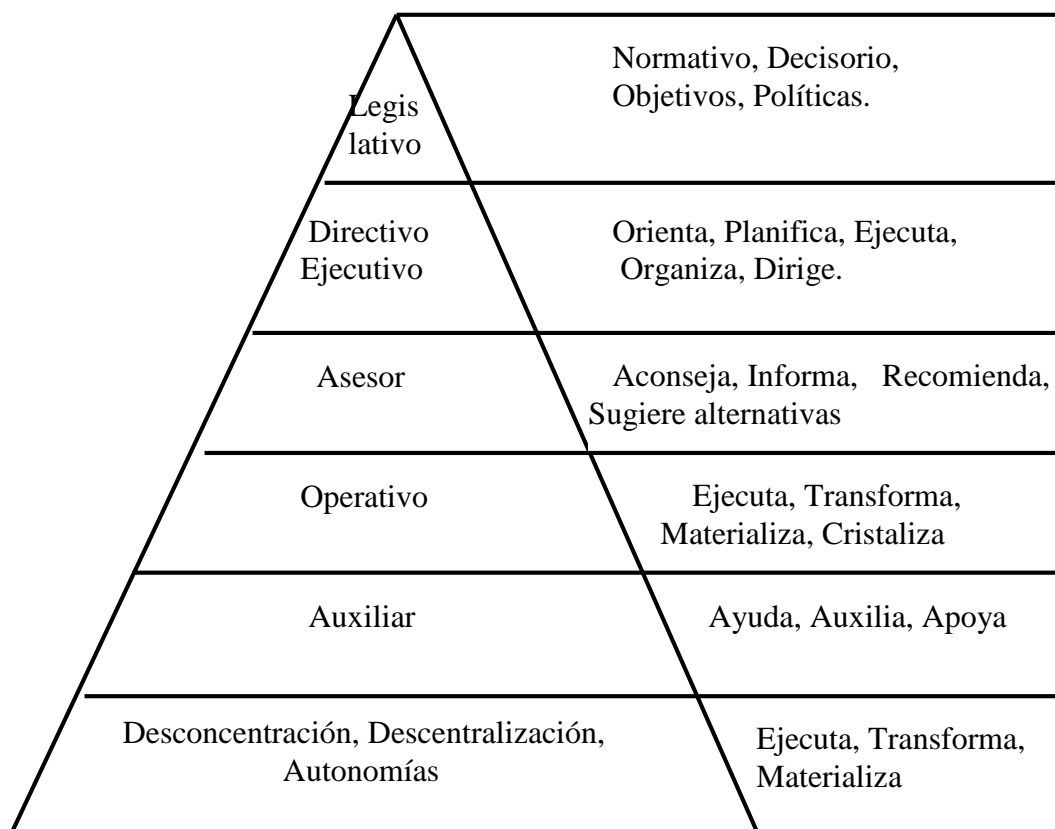
En una empresa el nivel administrativo es el encargado, responsable de conducir la organización dependiendo de la responsabilidad adquirida en la organización.

En la pirámide siguiente, se indican los diferentes niveles administrativos como son:

Legislativo, Directivo-Ejecutivo, Asesor, Auxiliar, Operativo, Desconcentrado, Autónomo

GRÁFICO N° 1

2.1.2 PIRÁMIDE DE NIVELES ADMINISTRATIVOS



2.1.2.3 Nivel Legislativo

VÁSQUEZ, Víctor, (2002). Dice: "En varias entidades públicas y en casi la generalidad de las empresas, existe el nivel legislativo, cuya función básica es la de legislar sobre la política que debe seguir la organización, normar los procedimientos, dictar reglamentos, ordenanzas, resoluciones etc., decidir sobre los aspectos de mayor importancia de la organización." (Pág.177)

El nivel legislativo tiene la facultad de disponer las leyes y reglamentos en las cuales debe estar enmarcada la empresa, la misma que está constituida por el directorio.

2.1.2.2 Nivel Directivo

VÁSQUEZ, Víctor (2002), Dice: "Este nivel toma decisiones sobre políticas generales y sobre las actividades básicas, ejerciendo la autoridad para garantizar su fiel cumplimiento." (Pág.177)

Está constituido por la máxima autoridad y es el encargado de la toma de decisiones sobre las actividades de gestión básicas sin descuidar sus atribuciones.

2.1.2.4 Nivel Asesor

VÁSQUEZ, Víctor (2002), manifiesta: “El nivel asesor aconseja, informa, prepara proyectos en materia jurídica, económica, financiera, técnica, contable, industrial y más áreas que tengan que ver con la entidad a la cual estás asesorando.” (Pág.178)

El nivel asesor está integrado por expertos que tienen amplio dominio en determinada área del conocimiento.

El nivel asesor la unidad encargada de monitorear el funcionamiento de los diferentes estamentos de la organización para plantear con oportunidad recomendaciones al nivel ejecutivo.

2.1.2.5 Nivel Auxiliar

Vásquez Víctor (2002), manifiesta: “Es un nivel de apoyo a las labores ejecutivas, asesoras y operacionales. Generalmente se le conoce como nivel administrativo complementario.” (Pág.178)

El nivel auxiliar ayuda a los otros niveles administrativos en la prestación de servicios con oportunidad y eficiencia.

El grado de autoridad es mínimo, pues se limita a cumplir órdenes de los niveles ejecutivo y operacional.

2.1.2.6 Nivel Operativo

VÁSQUEZ, Víctor (2002), expresa: “El nivel operativo es el responsable directo de ejecutar las actividades básicas de la entidad o empresa. Es el ejecutor material de las órdenes emanadas por los órganos legislativo y directivo.” (Pág.178)

Está integrado por las unidades que tienen a su cargo la producción y explotación de bienes, suministro de servicios al público, atención de trámites, originados por la ley o la costumbre, constituye el nivel técnico

responsable de la vida misma de una organización que es su naturaleza, esencia y razón de ser.

2.1.3 EMPRESA

“La empresa es la unidad económico-social con fines de lucro, en la que el capital, recursos naturales, el trabajo y la dirección se coordinan para llevar a cabo una producción socialmente útil, de acuerdo con las exigencias del bien común. Los elementos necesarios para formar una empresa los Factores Productivos: capital, trabajo y recursos materiales.” (wikipedia.org)

La empresa es una organización donde se desarrollan un sinnúmero de actividades encaminadas a la producción, transformación, distribución de bienes y/o servicios, encaminada a la consecución de objetivos económicos y sociales actuando siempre con responsabilidad social.

2.1.3.1 TIPOS DE EMPRESAS

Las empresas que existen y que se pueden formar son las siguientes:

- Sociedad anónima.
- Sociedad de responsabilidad limitada.
- Sociedades en nombre colectivo.
- Sociedad comandita simple y dividida por acciones.
- Sociedades de cuentas en participación.
- Sociedades de economía mixta.

Según el tamaño de la empresa se pueden diferenciar en tres grupos:

- Pequeña empresa.
- Mediana empresa.
- Gran empresa.

Por sectores económicos



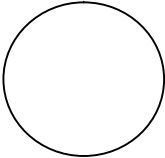
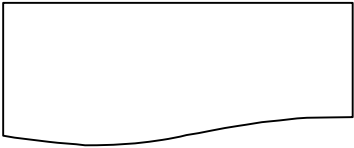
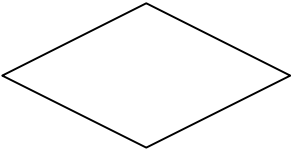
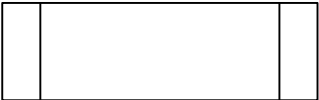
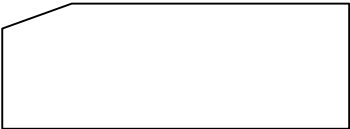
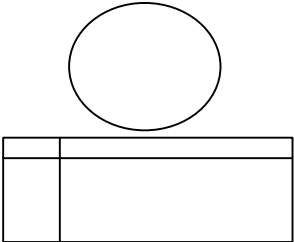
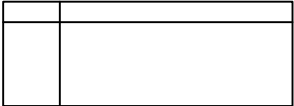

- **Extractivas:** Dedicadas a explotar recursos naturales.
- **Servicios:** Entregarle sus servicios o la prestación de estos a la comunidad.
- **Comercial:** Desarrolla la venta de los productos terminados en la fábrica.
- **Agropecuaria:** Explotación del campo y sus recursos.
- **Industrial:** Transforma la materia prima en un producto terminado.

2.2 FLUJOGRAMAS

“Los diagramas de flujo (o flujogramas) son diagramas que emplean símbolos gráficos para representar los pasos o etapas de un proceso. También permiten describir la secuencia de los distintos pasos o etapas y su interacción.” (www.monografias.com)

Es la representación gráfica de los procesos que permiten detectar las actividades que agregan valor, proveen una descripción de los pasos y detalles de las operaciones utilizando determinados símbolos o figuras que representan una acción dentro del procedimiento esta representación es mucho más amigables que los procedimientos e instructivos basados en textos

2.3 SÍMBOLOS UTILIZADOS PARA ELABORAR LOS ESQUEMAS DEL FLUJOGRAMA

SÍMBOLO	SIGNIFICADO
	Inicio o fin del proceso
	Etapa del proceso (actividad a desarrollar)
	Entrada procedente de otro proceso
	Salida del proceso (evidencia documental)
	Decisión
	Proceso preestablecido
	Elementos del entorno (normativas) a considerar para el desarrollo de una actividad.
	Conector con otra etapa del proceso
	Almacenamiento interno
	Multidocumentos

2.3 ORGANIGRAMA

“El organigrama se define como la representación gráfica de la estructura orgánica de una institución o de una de sus áreas y debe reflejar en forma esquemática la descripción de las unidades que la integran, su respectiva relación, niveles jerárquicos y canales formales de comunicación.”
(es.wikipedia.org)

Es la estructura de la empresa que representa en forma detallada las áreas importantes que forman a la organización incluye además los responsables de cada una de las funciones así como también permite visualizar los niveles jerárquicos institucionales, todo esto constituye la base para lograr los objetivos de la empresa.

2.4 CONTABILIDAD

BRAVO VALDIVIESO, Mercedes (Contabilidad General - pág. 1) manifiesta: “registro, control e interpretación de las transacciones que se realizan en una empresa con el objeto de conocer su situación económica y financiera al término de un ejercicio económico o periodo contable.”

La contabilidad una ciencia que forma parte fundamental de la administración sustentada en principios procesos y leyes que registra y controla las operaciones realizadas en la empresa encargada de analizar e interpretar los movimientos económicos y financieros para la toma de decisiones oportunas.

2.4.1 IMPORTANCIA

CERBONI Y BESTA, Hermann, manifiesta “La Contabilidad es de gran importancia porque todas las empresas tienen la necesidad de llevar un control de sus negociaciones mercantiles y financieras. Así obtendrá mayor productividad y aprovechamiento de su patrimonio. Por otra parte, los servicios aportados por la contabilidad son imprescindibles para obtener información de carácter legal”. (pág. 61)

La contabilidad es un sistema que evidencia los hechos económicos que ocurren en las empresas o negocios, constituyéndose en una herramienta imprescindible en la toma de decisiones que conducirán a la obtención del máximo rendimiento económico.

2.4.2 OBJETIVOS

- *Proporcionar Información económica a los dueños,*
- *accionistas entre otros.*
- *“Promover la eficiencia administrativa*
- *Evaluación de políticas internas*
- *Apoyar a la administración en la toma de decisiones.*
- *Evaluar la aplicación de controles administrativos*
- *previamente establecidos*
- *Determinación de precios de ventas.*
- *Evaluar el control interno.*
- *Evaluar la situación económica y los resultados*
- *operacionales.” Díaz Hernando, Contabilidad, (2001) Pág. 27*

2.4.3 REGISTROS CONTABLES

“Una vez constituida la empresa, los capitales de los dueños o socios se mantendrán sellados (fijos o inamovibles) y las actividades que realice obligatoriamente serán registradas contablemente a fin de conocer los ingresos, egresos y los resultados económicos.” (Art. 44 Código de Comercio)

Toda transacción económica que hace la empresa se registrará en forma sistemática y cronológica, a fin de dejar constancia de su actividad; para luego, conocer su utilidad y cuantificar el crecimiento de la empresa, y de ser necesario hacer los correctivos pertinentes

2.4.4 PRESUPUESTO

Es el cálculo anticipado de los ingresos y gastos de una actividad económica (personal, familiar, un negocio, una empresa, una oficina) durante un período, por lo general en forma anual. Es un plan de acción dirigido a cumplir una meta prevista, expresada en valores y términos financieros que, debe cumplirse en determinado tiempo y bajo ciertas condiciones previstas, este concepto se aplica a cada centro de responsabilidad de la organización. .” (es.wikipedia.org).

El presupuesto es un plan de acción dirigida a cumplir con los objetivos propuestos de la organización, el mismo que debe estar expresado en

términos monetarios; además que debe ser ejecutado en un determinado tiempo bajo condiciones establecidas sistemáticamente que le permiten controlar y medir los resultados obtenidos...

2.5 INVERSIÓN

La inversión es un gasto planificado que posibilita el crecimiento del capital y está constituido por tres grandes grupos que son:

2.5.1 Inversión fija

Contiene los valores de los terrenos, edificios, preparación, y acondicionamiento y emplazamiento, valor de la maquinaria, instalaciones, vehículos, muebles y enseres, patentes, derechos de autor, entre otros.

2.5.2 Gastos pre operativos

Registros de empresas honorarios de abogado, gastos de propaganda, honorarios de abogados, estudio técnico, honorarios consultores, gastos de viajes, instalaciones provisionales, gastos de capacitación entre otros.

2.5.3 Capital de trabajo

“El capital de trabajo neto se define como los activos circulantes menos los pasivos circulantes; estos últimos incluyen préstamos bancarios, papel comercial y salarios e impuestos acumulados. Siempre que los activos superen a los pasivos, la empresa tendrá capital neto de trabajo, casi todas las compañías actúan con un monto de capital neto de trabajo, el cual depende en gran medida del tipo de industria a la que pertenezca; las empresas con flujo de efectivo predecibles, como los servicios eléctricos, pueden operar con un capital neto de trabajo negativo, si bien la mayoría de las empresas deben mantener niveles positivos de este tipo de capital. .”
(es.wikipedia.org)

La empresa para poder operar, requiere de recursos para cubrir necesidades de insumos, materia prima, mano de obra, reposición de activos fijos, etc. Estos recursos deben estar disponibles a corto plazo para cubrir las necesidades de la empresa a tiempo.

Para determinar el capital de trabajo de una forma más objetiva, se debe restar de los Activos corrientes, los pasivos corrientes. De esta forma obtenemos lo que se llama el capital de trabajo neto contable. Esto supone determinar con cuantos recursos cuenta la empresa para operar si se pagan todos los pasivos a corto plazo.

2.5.4 CONTABILIDAD DE COSTOS

CHILIQUE, Manuel, manifiesta “Parte Fundamental de la Contabilidad General, cuyo objetivo fundamental es proporcionar los elementos necesarios para el cálculo, control y análisis de los costos de producción de un bien o servicio” (pág.6)

La contabilidad de Costos es una rama de la Contabilidad General que analiza y determina los gastos que incurre una empresa para determinar el costo real unitario de un bien o servicio terminado.

Gastos Ing.Com. Manuel Chilique (Costos por Ordenes de Producción pág.10) manifiesta “Son valores que se aplican para cumplir con las funciones de administrar, vender y financiar”

Son egresos que la empresa incurre en actividades administrativas, productivas, financieras y de ventas en la marcha de la misma.

Costos Ing.Com. Manuel Chilique (Costos por Ordenes de Producción pág.10) manifiesta “El conjunto de valores incurridos en un periodo perfectamente identificado con el producto que se fabrica. El costo es recuperable”

Los costos son importes que las empresas incurren en un periodo de tiempo para la elaboración de un producto determinado; el mismo que es recuperado en la venta del producto o servicio.

Costos Fijos.- Ing.Com. Manuel Chilique (Costos por Ordenes de Producción pág.57) manifiesta “Permanecen constantes frente a cualquier volumen de producción”

Los costos fijos son importes que la empresa tiene en la producción los mismos que permanecen constantes y no están relacionados directamente con el volumen de producción.

Costos Variables.- Ing.Com. Manuel Chilibringa (Costos por Ordenes de Producción pág.10) manifiesta "Tienen un comportamiento directamente proporcional al volumen de producción. A mayor cantidad mayor costo, a menor cantidad menor costo.

Los costos variables son costos que están relacionados directamente con el volumen de producción.

Costos de Producción.- CHILIBRINGA, Manuel (pág.10), manifiesta "Son los costos necesarios para transformar de forma o de fondo materiales en productos terminados o semi elaborados utilizando fuerza de trabajo, maquinaria, equipos y otros. Está formado por los tres elementos del costo (Materia Prima Directa, Mano de Obra directa y Gastos de Fabricación)

El costo obligatorio para transformar la materia prima en producto terminado o semi elaborado.

2.6 CONTRIBUYENTES

Son todos los ciudadanos y ciudadanas nacionales o extranjeros que realicen actividades económicas son contribuyentes y tienen obligaciones tributarias, existen tres tipos de contribuyentes:

2.6.1 PERSONAS NATURALES

Son todos los individuos nacionales o extranjeros que realicen actividades económicas en nuestro país y cuyos ingresos o capital son mayores a los establecidos por el Servicio de Rentas Internas.

2.6.2 PERSONAS NATURALES OBLIGADAS A LLEVAR CONTABILIDAD.

Son todos los individuos nacionales y extranjeros que realizan actividades económicas en nuestro país y sus ingresos son mayores a \$100.000 al año, o su capital de trabajo sea mayor a los \$60.000, o los costos y gastos anuales hayan sido superiores a \$80.000 montos establecidos en la ley de Régimen Tributario Interno.

2.6.3 PERSONAS JURÍDICAS

A este grupo pertenecen las sociedades; las Instituciones del sector público, a las personas jurídicas bajo control de la Súper Intendencia de Compañías y de bancos, las organizaciones sin fines de lucro, los fideicomisos mercantiles, las sociedades de hecho y cualquier patrimonio independiente del de sus miembros.

2.6.4 R.U.C.

El RUC es el (registro único de contribuyentes) es el padrón se encuentran registrados todos los contribuyentes y contiene los siguientes datos:

- Nombre o razón social.
- Domicilio fiscal.
- Actividad económica.
- Números de teléfonos.
- Fecha de inicio de actividades.
- Responsables del cumplimiento de las obligaciones tributarias.
- Otros.

2.6.5 I.V.A.

Es un Impuesto sobre el Valor Agregado, es un tributo de naturaleza indirecta que recae sobre el consumidor final y grava las adquisiciones de bienes y servicios efectuados por empresarios y profesionales; en nuestro país las tarifas establecidas son 12% y 0% y se declara mensualmente de acuerdo al noveno dígito del RUC (tarifa 12%) y cada seis meses (tarifa 0%).

2.6.6 IMPUESTO A LA RENTA

Es el impuesto que se debe cancelar sobre los ingresos, producto de actividades personales, comerciales, industriales, agrícolas, en

general, actividades económicas durante un año, luego de descontar los costos y gastos incurridos en un periodo determinado y se declara en el año siguiente en el primer trimestre.

2.7 LIBROS BASE UTILIZADOS EN CONTABILIDAD

2.7.1 DIARIO GENERAL

BRAVO VALDIVIESO, Mercedes (2008), Pág. 50, dice: “Es el registro de forma cronológica todas las operaciones de la empresa; Los asientos son registros de cada transacción en cuentas deudoras que reciben valores y en cuentas acreedoras que entregan valores, aplicando el principio de Partida Doble “No hay deudor sin acreedor ni acreedor sin deudor”

El Libro Diario es uno de los principales en donde se registran las actividades contables en donde se evidencia un punto de referencia documentada y de control permanente sobre las operaciones realizadas.

Elementos

- Membrete o portada
- Fecha del ejercicio contable
- Folio, la secuencia ascendente de las páginas respectivas
- Numero de cada orden de cada movimiento
- Nombres de las cuentas que intervienen
- Identificación del código perteneciente a la cuenta empleada.
- Resumen analítico de la operación
- Registro de cantidades parciales
- La cantidad o valor que se debita.

2.7.2 MAYOR GENERAL

BRAVO VALDIVIESO, Mercedes (2008), Pág. 52, expresa:” Pertenece al grupo de los libros principales, en este libro se registran en forma clasificada y de cuenta todos los asientos journalizados en el libro diario.”

Es un libro de registro que pasan las cuentas del libro diario en el mayor conservando la naturaleza deudora o creadora.

Elementos

- Membrete o portada
- Identificación contable de la cuenta
- Fecha de operación
- Se consigna de donde proviene esa información
- Numero de folio del diario
- Cantidad de cargos y abonos
- Saldos deudores y acreedores

2.7.3 BALANCE DE COMPROBACIÓN

BRAVO VALDIVIESO, Mercedes (2008), Pág.53, manifiesta: “Este libro resume la información contenida en los registros realizados en el Libro Diario y en el Libro Mayor, la vez que permite comprobar la exactitud de los mencionados registros. Verifica y demuestra la igualdad numérica entre el debe y el haber.”

El Balance de comprobación es un documento contable de verificación tanto de la normalización como de la mayorización, teniendo el principio de Contabilidad de Partida Doble

Estructura del balance de comprobación

- El encabezamiento consta de:
 - Identificación del Ente Contable
 - Nombre del documento estructurado
 - Fecha de la información financiera
- El cuerpo del balance consta de:
 - Numero secuencial del listado de las cuentas respectivas
 - Nombre de las cuentas
 - Codificación de las cuentas
 - Valores correspondiente al debe de las cuentas respectivas
 - Valores correspondiente al haber de las cuentas

2.8 ESTADOS FINANCIEROS

2.8.1 BALANCE DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

BRAVO VALDIVIESO, Mercedes, (2008), Pág.53, y Pág. 191 Expresa: “Se elabora al finalizar el periodo contable con el objeto de determinar la situación económica de la empresa”

En este estado financiero se confrontarán los costos y gastos con los ingresos en un periodo definido con el objetivo de definir la utilidad o perdida de la empresa en un periodo de tiempo establecido.

Elementos

- Nombre o Razón Social
- Nombre del Estado Financiero
- Fecha (periodo al que corresponden los resultados)
- Ingresos Operacionales
- Costos
- Gastos Operacionales
- Resultado del Ejercicio.
- Ingresos no Operacionales u Otros ingresos.
- Gastos no operacionales u otros gastos.
- Resultado Final
- Participantes y cálculos de impuestos.
- Firmas de legalización.

2.8.3 ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA O BALANCE GENERAL

DÁVALOS, Nelson, (1997), Pág. 63, dice: “Es el informe financiero básico producto de todo sistema contable, a través del cual el representante o máxima autoridad de una empresa o entidad pone de manifiesto el estado patrimonial del organismo y la situación financiera en determinada fecha, por lo general al fin de un ejercicio económico y cuya presentación debe sujetarse a los principios de contabilidad generalmente aceptados.”

El balance general contiene los rubros que constituirán los activos de la empresa, es decir los bienes adquiridos para materializar el proyecto. Por otro lado se presentan los activos esperados de la empresa, es decir las

obligaciones financieras que adquirirán los socios del proyecto, y el patrimonio o capital social.

Elementos

- Membrete o portada
- Fecha del ejercicio contable
- Nombre de las cuentas que intervienen
- Registro de cantidades

2.8.4 ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO

BRAVO VALDIVIESO, Mercedes (2008), Pág.200, manifiesta: “Se elabora al finalizar el período contable para evaluar con mayor objetividad la liquidez y solvencia de la empresa. El Estado de flujo del Efectivo reemplaza al Estado de Cambios en la Posición Financiera, por cuanto satisface de forma adecuada y oportuna las necesidades de información de los usuarios”

Toda empresa preparar el estado de Flujos de efectivo de acuerdo a los requerimientos de esta norma y debe presentarlos como parte integral de sus estados financieros en cada periodo.

Es el informe contable principal que presenta en forma significativamente resumida y clasificada por actividades de operación, inversión y financiamiento, los diversos conceptos de entrada y salida de recursos monetarios efectuados durante un período, con el propósito de medir la habilidad gerencial en recaudar y usar el dinero, así como evaluar la capacidad financiera de la empresa, en función de su liquidez presente y futura.”

Los Estados de Flujo del Efectivo Contienen

- Nombre o razón social.
- Nombre del Estado Financiero.
- Flujo del efectivo por actividades operativas
- Flujo de efectivo por actividades de inversión.
- Flujo de efectivo por actividades financieras.
- Aumento neto en efectivo y sus equivalentes.
- Firmas de legalización.

2.9 TÉCNICAS DE EVALUACIÓN FINANCIERA

2.9.1 VALOR ACTUAL NETO

JÁCOME, Walter (2005) Pág. 82, expresa: "Presenta la rentabilidad en términos del dinero con poder adquisitivo presente y permite avizorar si es o no pertinente la inversión en el horizonte de la misma matemáticamente se determina por la siguiente formula."

$$VAN = <Inversión> + \text{sumatoria } FC / (1+i)^n$$

$FC =$ Flujos de caja proyectados.

$i =$ Tasa de redescuento.

$n =$ Tiempo u horizonte de vida útil del proyecto o inversión.

El Valor Actual Neto permite determinar la rentabilidad o pérdida el proyecto planteado

2.9.2 TASA INTERNA DE RENDIMIENTO (TIR)

JÁCOME, Walter (2005), Pág. 84, manifiesta: "Es la rentabilidad que devuelve la inversión durante su vida útil, tomando en cuenta los flujos de caja proyectados o el momento en que el VAN = 0"

Existen tres clases de TIR

Económica cuando la inversión tiene solo aporte propio.

Financiera cuando la inversión es con financiamiento.

Real solo analiza el flujo de caja (FC).proyectados.

La Tasa Interna de Retorno indica un adecuado nivel de retorno de los ingresos frente a la inversión inicial

El criterio por emplear cuando se utiliza la TIR para realizar decisiones de aceptación-rechazo es como sigue: si la TIR es mayor que el costo de capital, se acepta el proyecto; de no ser este el caso, se le rechaza. Este criterio indica si la empresa está recibiendo, por lo menos, el rendimiento requerido; asimismo, puede saberse si el valor de la empresa se incrementará o, al menos, permanecerá sin cambios.

2.9.3 BENEFICIO-COSTO (B/C)

JÁCOME, Walter (2005), Pág. 96, expresa: “Este parámetro sirve para juzgar como retornan los ingresos en función de los egresos para lo cual sirve de insumo los ingresos proyectados en el flujo de caja (cuando el B/C es > que 1 tenemos un adecuado retorno)”

Demuestra el valor de recuperación de la inversión en tiempos establecidos.

Formula

$$B / C = \frac{\sum \text{Ingresos} / (1 + i)^n}{\sum \text{Egresos} / (1 + i)^n}$$

2.9.4 PERÍODO DE RECUPERACIÓN

“También denominado payback, paycash, payout o payoff, indica el tiempo que la empresa tardará en recuperar la inversión, con la ganancia que genera el negocio. Es una cantidad de meses o años.” Disponible en: (www.dinero.com)

Puede calcularse en forma simple, sumando los resultados netos al monto de la inversión inicial, hasta llegar a cero. En este caso no se estaría considerando el "valor tiempo del dinero", por lo que, si el plazo analizado es extenso, se produce una distorsión de valores.

2.9.5 PUNTO DE EQUILIBRIO OPERATIVO (PE)

JÁCOME, Walter (2005), Pág. 83, manifiesta: “es cuando la empresa no gana ni pierde, es válido para el año 1 del proyecto, porque mientras más tardío es el pronóstico es menos cierto.”

Se evidencia el equilibrio de los ingresos y egresos en donde la empresa no gana ni pierde.

FÓRMULA

$$PE = \frac{\text{Gastos fijos (inversión del proyecto)}}{MC}$$

MC= Margen de contribución: Precio de venta (PV) - Costo variable unitario (CV)

2.10 FUNDAMENTOS DE MERCADOTECNIA

2.10.1 PRODUCTO

Ministerio de Educación, Instructivo para la realización de un plan de negocios para unidades educativas de producción,(2008), Pág. 9, expresa: "Es el medio que dispone la empresa para satisfacer las necesidades del consumidor."

Es el resultado de acciones realizadas por las empresas mediante procesos específicos destinados a satisfacer las necesidades exigidas por los consumidores,

2.10.2 PROMOCIÓN

Ministerio de Educación, Instructivo para la realización de un plan de negocios para unidades educativas de producción,(2008), Pág. 22, expresa: "Es el conjunto de medidas de comunicación que llegarán con mayor eficiencia a los consumidores"

Es la actividad permite que los clientes-consumidores conozcan y demanden nuestros productos o servicios, generando un impacto directo sobre nuestras ventas.

2.10.3 PUBLICIDAD

KOONTS, Harold, (1998), Pág. 468, expresa: "Es una comunicación pagada no personal utilizada por un patrocinador identificado para informar y comunicar en forma persuasiva a un público acerca de un producto o servicio en un lenguaje honesto y franco."

La publicidad permite estimular la demanda mediante esfuerzos publicitarios, podemos utilizar diferentes medios de comunicación directa e indirecta para promocionar nuestros productos.

2.10.4 PRECIO

ARBOLEDA VÉLEZ, Germán (2001), Pág. 53, manifiesta “El precio, expresado en dinero, de un bien o servicio ofrecido en el mercado es uno de los elementos fundamentales de la estrategia comercial en la definición de la rentabilidad del proyecto.”

El precio es el valor que se paga por adquirir un producto o un servicio, es uno de los elementos fundamentales de la estrategia comercial.

2.10.5 FIJACIÓN DE PRECIOS

ARBOLEDA VÉLEZ, Germán, (2001), Pág. 53, manifiesta: “La fijación del precio es una labor extremadamente difícil, por lo que se recomienda fijar un rango dentro del cual puede estar y examinar el efecto que distintos valores de dicho rango tiene sobre la cuantía de la demanda futura, empleando para ello el concepto de elasticidad precio de la demanda.”

La fijación de precio del producto se la debe realizar en base al conocimiento que el empresario tiene sobre el producto existente en el mercado.

2.10.6 COMERCIALIZACIÓN

“Comercialización, en marketing, planificación y control de los bienes y servicios para favorecer el desarrollo adecuado del producto y asegurar que el producto solicitado esté en el lugar, en el momento, al precio y en la cantidad requeridos, garantizando así unas ventas rentables.”. Disponible en: Enciclopedia Microsoft Encarta, 2009.

La comercialización se la realiza en la empresa con la finalidad de llevar un control adecuado de los bienes y servicios, llevar una planificación adecuada para garantizar la entrega del producto en el tiempo, cantidad lugar y el precio exacto garantizando a la empresa las ventas.

2.10.7 MERCADO

El mercado es el área el cual se convergen las fuerzas de la oferta y la demanda para establecer un precio único y, por lo tanto, la cantidad de las transacciones que se vayan a realizar.

2.10.8 OFERTA

Es el conjunto de proveedores de bienes o servicios similares que se encuentran en un mercado meta

2.10.9 DEMANDA

Es la expresión de la forma en la cual una comunidad o población adquiere un producto o servicio para satisfacer sus necesidades

2.10.10 TIPOS DE MERCADOS

Según el grado de amplitud existen dos tipos de mercados:

“Mercado de competencia

ARBOLEDA VÉLEZ, Germán, (2001), Pág. 47, manifiesta: También se denomina mercado de libre competencia o libre concurrencia. Se caracteriza por tener un gran número de vendedores, un gran número de compradores; una tipificación del bien o servicio, es decir, una homogeneidad de la mercancía o servicio; la libertad para seleccionar el producto, y la individualidad del producto y del precio.

Es un mercado de libre competencia en donde existe una variedad de oferentes y demandantes de productos similares y diferentes a precios competitivos.

Monopolio

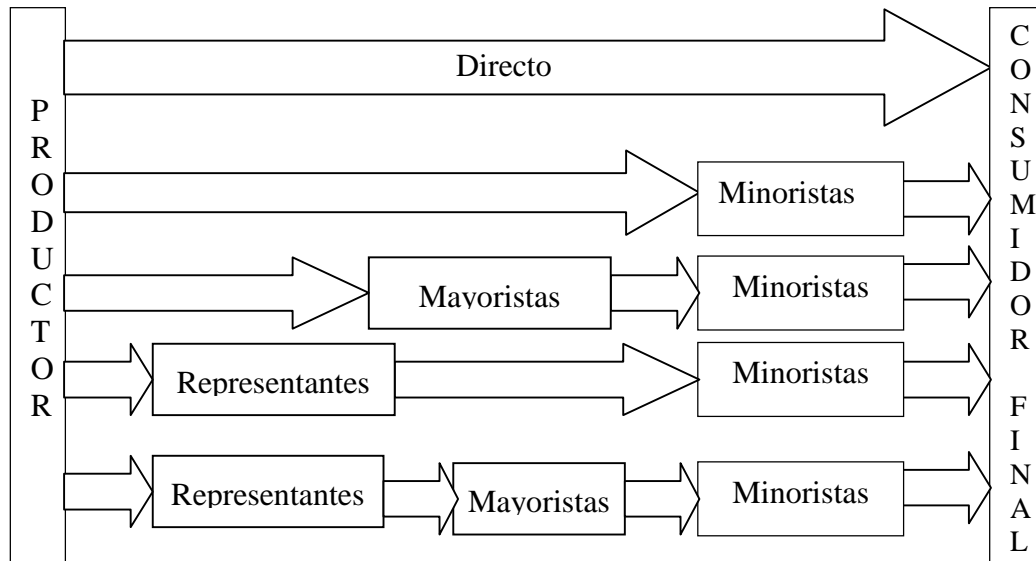
Este tipo de mercado se caracteriza por la influencia de un solo productor o vendedor, un solo comprador o un grupo de compradores, sobre el precio y por su escasa oferta y demanda.

Características:

- Un solo producto.
- Un solo vendedor.
- Un solo comprador o un solo grupo de compradores.
- Escasa oferta y demanda.
- ejemplos: Microsoft office

2.10.11 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

ARBOLEDA VÉLEZ, Germán, (2001), Pág. 56, dice: “El canal conduce directamente al consumidor desde el productor, canal directo, o en algunos casos se da la existencia de agentes que se interponen entre el productor y el consumidor, canales indirectos, dichos agentes se denominan intermediarios”



2.10.12 DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO

Se refiere a los medios que utiliza el empresario para que el producto o servicio llegue al cliente, los mismos que pueden ser mayoristas que son conocidos como intermediarios que posteriormente venden a los minoristas; los minoristas son comerciantes que se dedican a la venta al consumidor doméstico; se debe realizar una correcta y adecuada selección de los canales de distribución para garantizar una distribución eficaz del producto.

2.11 ASPECTOS FÍSICO QUÍMICOS DE LA CALIDAD DEL AGUA

El agua es el líquido vital que influye en los procesos bioquímicos de la naturaleza y en la salud humana ayuda a eliminar las sustancias de los procesos bioquímicos que se realizan en cuerpo humano a través de

la orina y el sudor básicamente. Por esta razón es necesario consumir agua pura para no contaminar el organismo con sustancias tóxicas.

2.11.1 CALIDAD DEL AGUA

La calidad del agua se lo mira cuando ésta califica para un propósito en particular; esto quiere decir que la calidad se especifica de acuerdo al uso que se va a dar. Cuando el agua sufre cambios que afecten su uso real se considera que está contaminada, por ello existen parámetros de medición para determinar la calidad del agua.

2.11.2 CARACTERÍSTICAS FÍSICAS

Las características físicas del agua, llamadas así porque pueden identificar directamente con los sentidos (vista, olfato, gusto), tienen directa incidencia sobre las condiciones estéticas y de aceptabilidad del agua.

Se considera importantes las siguientes:

- Turbiedad
- Sólidos solubles e insolubles
- Color
- Olor y sabor
- Temperatura, y
- pH

Turbiedad

La turbiedad son aditivos que reducen la transparencia del agua y son identificados visualmente pero para medir la cantidad de los agregados se hace necesaria la utilización de instrumentos sofisticados.

Sólidos solubles e insolubles

Quim Ada Barrenechea Martel, Tomo I, Pág. 6, manifiesta: "Sólidos disueltos o residuos disueltos. Mejor conocidos como sólidos filtrables, son los que se obtienen después de la evaporación de una muestra previamente filtrada.

Comprenden sólidos en solución verdadera y sólidos en estado coloidal, no retenidos en la filtración, ambos con partículas inferiores a un micrómetro ($1\ \mu$).

Sólidos en suspensión. Corresponden a los sólidos presentes en un agua residual, exceptuados los solubles y los sólidos en fino estado coloidal. Se considera que los sólidos en suspensión son los que tienen partículas superiores a un micrómetro y que son retenidos mediante una filtración en el análisis de laboratorio.

Sólidos volátiles y fijos. Los sólidos volátiles son aquellos que se pierden por calcinación a 550°C , mientras que el material remanente se define como sólidos fijos.

La mayor parte de los sólidos volátiles corresponden a material orgánico. Los sólidos fijos corresponden, más bien, a material inorgánico.

Color.

Quim Ada Barrenechea Martel, Tomo I, Pág. 6, manifiesta: "Aún no es posible establecer las estructuras químicas fundamentales de las especies responsables del color. Esta característica del agua se atribuye comúnmente a la presencia de taninos, lignina, ácidos húmicos, ácidos grasos, ácidos fúlvicos, etcétera. Se considera que el color natural del agua, excluyendo el que resulta de descargas industriales, puede originarse por las siguientes causas:

- ✓ La extracción acuosa de sustancias de origen vegetal;
- ✓ La descomposición de la materia;
- ✓ La materia orgánica del suelo;
- ✓ La presencia de hierro, manganeso y otros compuestos metálicos; y
- ✓ Una combinación de los procesos descritos.

En la formación del color en el agua intervienen, entre otros factores, el pH, la temperatura, el tiempo de contacto, la materia disponible y la solubilidad de los compuestos coloreados.

Se denomina color aparente a aquel que presenta el agua cruda o natural y color verdadero al que queda luego de que el agua ha sido filtrada.

Existen muchos métodos de remoción del color. Los principales son la coagulación por compuestos químicos como el alumbre y el sulfato férrico a pH bajos y las unidades de contacto o filtración ascendente.

Debido a que el color del agua se origina, en muchos casos, por la presencia de compuestos de naturaleza orgánica, se recomienda que la desinfección se realice luego de que este haya sido removido, para evitar que la aplicación de cloro como desinfectante pueda dar origen a la formación de trihalometanos, compuestos que tienen efecto cancerígeno en animales.

Olor y sabor

Quim Ada Barrenechea Martel, Tomo I, Pág. 6, manifiesta: “El sabor y el olor están estrechamente relacionados; por eso es común decir que “A lo que huele, sabe el agua”.

Estas características constituyen el motivo principal de rechazo por parte del consumidor.

En términos prácticos, la falta de olor puede ser un indicio indirecto de la ausencia de contaminantes, tales como los compuestos fenólicos. Por otra parte, la presencia de olor a sulfuro de hidrógeno puede indicar una acción séptica de compuestos orgánicos en el agua.

Temperatura

Quim Ada Barrenechea Martel, Tomo I, Pág. 6, manifiesta: “Es uno de los parámetros físicos más importantes en el agua, pues por lo general influye en el retardo o aceleración de la actividad biológica, la absorción de oxígeno, la precipitación de compuestos, la formación de depósitos, la desinfección y los procesos de mezcla, floculación, sedimentación y filtración.

Múltiples factores, principalmente ambientales, pueden hacer que la temperatura del agua varíe continuamente.

pH

Quim Ada Barrenechea Martel, Manual Aspectos físicos de la calidad del agua, Tomo I, Pág. 6, manifiesta: "El pH influye en algunos fenómenos que ocurren en el agua, como la corrosión y las incrustaciones en las redes de distribución.

Aunque podría decirse que no tiene efectos directos sobre la salud, sí puede influir en los procesos de tratamiento del agua, como la coagulación y la desinfección.

Por lo general, las aguas naturales (no contaminadas) exhiben un pH en el rango de 5 a 9

Cuando se tratan aguas ácidas, es común la adición de un álcali (por lo general, cal) para optimizar los procesos de coagulación. En algunos casos, se requerirá volver a ajustar el pH del agua tratada hasta un valor que no le confiera efectos corrosivos ni incrustantes.

Se considera que el pH de las aguas tanto crudas como tratadas debería estar entre 5,0 y 9,0. Por lo general, este rango permite controlar sus efectos en el comportamiento de otros constituyentes del agua.

Las guías canadienses han establecido el rango de pH 6,5 a 8,5 para el agua potable.

2.11.3 CARACTERÍSTICAS QUÍMICAS

El agua, como solvente universal, puede contener cualquier elemento de la tabla periódica. Sin embargo, pocos son los elementos significativos para el tratamiento del agua cruda con fines de consumo o los que tienen efectos en la salud del consumidor.

2.12 HOMOGENEIZACIÓN

Es el tratamiento que se da algunos líquidos para evitar la separación de sus componentes.

2.13 FILTROS DE MEMBRANA

Función – Remueve partículas de polvo en el agua

Operación – Este equipo es operado por medio de una válvula que controla el flujo de entrada. Este filtro presenta tres flujos principales: Servicio, Bypass y retro lavado (disponible pagina web empresa de purificación de agua Cruz da vida.)

2.14 OZONIFICACIÓN

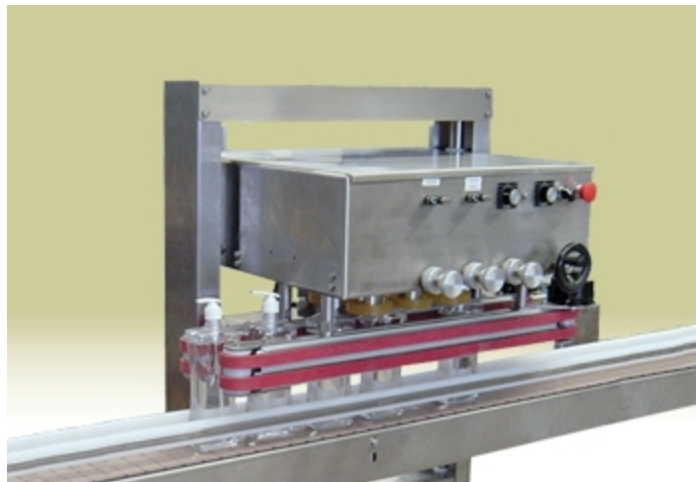
Es un filtro que funciona con energía eléctrica cumpliendo la función de eliminar la materia orgánica (Bacterias, virus, algas y esporas) y funciona como conservador para darle mayor durabilidad y calidad al agua. Operación – Automática



2.15 LLENADORA



2.16 TAPADORA



2.17 CONTROL DE CALIDAD

Orientar las actividades de la Empresa para obtener y mantener el nivel de calidad del producto o el servicio, de acuerdo con las necesidades del cliente.

Además proporciona herramientas para la implantación de acciones de prevención de defectos o problemas (procedimiento de acciones preventivas), así como de corrección de los mismos. Incluye también los recursos, humanos y materiales, y las responsabilidades de los primeros,

todo ello organizado adecuadamente para cumplir con sus objetivos funcionales.

2.18 ETIQUETADO

Proceso automático posterior al llenado en donde se coloca la identificación del producto para ser expuesto a la venta.



2.19 ALMACENAMIENTO

Para el almacenamiento es necesario que el producto esté terminado listo para la venta; en esta fase por ser un producto perecible no se puede almacenar más de 30 días así como también no se puede apilar más de 6 cajas.

CAPÍTULO III

3 ESTUDIO DE MERCADO

Para diseñar un proyecto es indispensable realizar un estudio de mercado, con el fin de determinar, con la información suficiente del mercado, cuantificar la demanda, la oferta y precios. Efectuar las proyecciones para la vida útil del proyecto, destacando el comportamiento de las variables presentes en el mercado de agua embotellada en el entorno geográfico y social. Es necesaria también la cuantificación de la demanda insatisfecha y buscar el espacio de mercado del producto que se pretende elaborar y poner a disposición de los consumidores. En esta parte del proyecto también se hará un análisis de la competencia y los posibles canales de distribución del bien a fabricar.

3.1 ANTECEDENTES

Para determinar el mercado en donde se va a ubicar el producto se aplicó los instrumentos de investigación (encuestas), en tiendas y supermercados, de los cantones de San Lorenzo, Rio Verde, Tulcán, Mira, Ibarra y Otavalo.

Para la recopilación de la información necesaria y desarrollar la presente fase, se utilizaron las técnicas de encuestas las mismas que fueron aplicadas a propietarios de tiendas y supermercados de los cantones mencionados. Así como también las entrevistas se realizaron a expertos de EMAPA –I y representantes de las embotelladoras.

3.2 Objetivos del estudio de mercado

3.2.1 Objetivo general

- Realizar un estudio de mercado para determinar la oferta y la demanda de los consumidores de agua embotellada en los cantones de Ibarra, Otavalo, San Lorenzo, Río Verde, Tulcán y Mira.

3.2.2 Objetivos específicos

- Analizar y proyectar la demanda del agua embotellada.
- Analizar y proyectar la oferta de agua embotellada.
- Determinar la demanda insatisfecha
- Analizar los precios
- Analizar el comportamiento de la competencia
- Identificar la preferencia del consumidor.
- Identificar los canales de comercialización del producto.

3.2.3 Población y muestra.

3.2.3.1 Población

Para el desarrollo del presente proyecto se tomaron en cuenta a los negocios que expenden agua embotellada en los cantones: San Lorenzo y Río Verde de la Provincia de Esmeraldas; Ibarra y Otavalo de la Provincia de Imbabura; Tulcán y Mira de la provincia del Carchi, con una población total de negocios de 2741 negocios y tiendas.

CUADRO N° 3.1

DISTRIBUCIÓN DE TIENDAS Y SUPERMERCADOS, A NIVEL URBANO

CANTONES	N° NEGOCIOS
Tulcán	556
Mira	93
San Lorenzo	203
Río Verde	133
Ibarra	1106
Otavalo	650
TOTAL	2741

FUENTE: Departamento de Renta de Gobiernos Cantonales
ELABORACIÓN: La Autora

3.2.3.2 Cálculo de Muestra

Se empleó la siguiente fórmula para calcular el tamaño de la muestra de conformidad con la población comercializadora de agua. Este primer ejemplo es para los negocios de Ibarra. Con este mismo procedimiento se calculó la muestra para el resto de ciudades escogidas para la investigación de campo.

$$n = \frac{N * \delta^2 * Z^2}{E^2(N-1) + \delta^2 * Z^2}$$

Nomenclatura:

n = Tamaño de la muestra
N = Población
E = Error máximo admisible
Z² = Nivel de confianza
δ² = Varianza

$$n = \frac{1106(0.25)(1.96)^2}{0.0025(1106) + (0.25)(1.96)^2}$$

n = 166,62

n = 167 (Ibarra)

La muestra de la población del cantón Ibarra fueron de 167 locales, entre tiendas y supermercados que serán encuestados de la población de 1106.

CUADRO Nº 3.2.

MUESTRA SELECCIONADA

CANTONES	MUESTRA	%
Tulcán	146	21
Mira	64	9
San Lorenzo	100	14
Río Verde	79	11
Ibarra	167	24
Otavalo	150	21
TOTAL	706	100

FUENTE: Cuadro Estadístico Nº 3.1.
ELABORACIÓN: La Autora

3.3 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

3.3.1 RESULTADOS DE ENCUESTA APLICADA A TIENDAS, Y SUPERMERCADOS (ANEXO 1)

1 ¿Vende Agua Embotellada?

CUADRO Nº 3.3.

CONOCER SI VENDE O NO AGUA EMBOTELLADA

CANTONES	SI	NO
Ibarra	100%	
Otavalo	100%	
San Lorenzo	100%	
Río Verde	100%	
Tulcán	100%	
Mira	100%	
TOTAL	100%	0

FUENTE: Expendedores de agua embotellada. Mayo 2010
ELABORACIÓN: La Autora

ANÁLISIS:

En la encuesta aplicada a los propietarios de las tiendas en los cantones antes mencionados se determina que el 100% de los encuestados comercializan agua embotellada. Esto se debe a que las personas tienen desconfianza al beber agua potable procesada por los municipios. Este hábito de consumo de la población prevé la factibilidad de crear una microempresa destinada producir agua embasada, más aún considerando la pureza del agua a ser tratada.

1. ¿Con qué frecuencia se abastece del agua embotellada?

CUADRO N° 3.4.

FRECUENCIA DE ABASTECIMIENTO DE AGUA EMBOTELLA

TIENDAS	DIARIO	SEMANAL	QUINCENAL
Ibarra	0	96%	4%
Otavalo	0	97%	3%
San Lorenzo	0	88%	12%
Río Verde	0	93%	7%
Tulcán	0	100%	0%
Mira	0	97%	3%
TOTAL	0	96%	4%

FUENTE: Expendedores de agua embotellada. Mayo 2010

ELABORACIÓN: La Autora

ANÁLISIS:

Del análisis del cuadro se desprende que de los 706 encuestados al 96% les abastecen con su pedido semanalmente y el 4% les abastecen con los pedidos quincenalmente. Esto se debe a que el agua es un producto perecible, cuya fecha de caducidad es corta por la generación de algas. El poder vender semanalmente el producto, asegura, sin duda, un flujo de ingresos permanente para la futura empresa.

2. ¿Qué marca de agua prefieren sus clientes?

CUADRO Nº 3.5.

MARCA DE PREFERENCIA DE LOS COMPRADORES

CANTÓN	TESALIA	DASANI	VIVAN	AGUA PURA	GUITIG	OTRAS
Ibarra	39%	12%	25%	11%	13%	1%
Otavalo	59%	6%	6%	10%	18%	1%
San Lorenzo	50%	9%	12%	11%	14%	3%
Río Verde	52%	9%	6%	12%	16%	5%
Tulcán	63%	8%	9%	6%	12%	2%
Mira	41%	12%	4%	27%	16%	1%
PROMEDIO	50%	9%	13%	12%	15%	1%

FUENTE: Expendedores de agua embotellada. Mayo 2010

ELABORACIÓN: La Autora

ANÁLISIS:

Del análisis del cuadro se desprende: que el consumo de tesalia es del 50%, 15% de Guitig, 13% de vivan. Como se puede observar, el mayor porcentaje de preferencia de consumo es para TESALIA; esto se debe a que la marca antes mencionada, está posesionada en el mercado por sus características de marca, tradición y ser más conocida por los consumidores.

3. ¿Qué tamaño prefieren los clientes?

CUADRO Nº 3.6.

TAMAÑO QUE PREFIEREN LOS COMPRADORES

CANTÓN	½ LITRO	1 LITRO	5 LITROS	OTROS
IBARRA	79%	11%	8%	3%
OTAVALO	73%	17%	10%	1%
SAN LORENZO	67%	17%	9%	7%
RIO VERDE	67%	13%	2%	18%
TULCÁN	61%	28%	11%	0%
MIRA	79%	14%	6%	1%
TOTAL	71%	16%	8%	5%

FUENTE: Expendedores de agua embotellada. Mayo 2010

ELABORACIÓN: La Autora

ANÁLISIS:

De los datos obtenidos y representados en el cuadro anterior se deduce que el 71 % de los compradores prefieren el embase de agua de medio litro (500ml), el 16% (1.000ml) o un litro; el 8% grandes (4.000ml) 4 litros y el 5% otros tamaños. El consumo se ajusta a las necesidades y requerimientos de los consumidores. La principal causa para esta preferencia es que el envase de 500 ml ofrece mayor comodidad y satisface la necesidad individual en forma suficiente. Los otros tamaños son preferidos para el consumo familiar y para otras ocasiones. La nueva empresa deberá tomar en cuenta este detalle para la fabricación de agua embotellada en los envases de mayor consumo.

4. Señor distribuidor: ¿Cuál es el precio de compra?

CUADRO Nº 3.7

PRECIO DE COMPRA

Medio litro						Un litro			Cinco litros	
TESALIA	VIVAN	DASANI	AGUA PURA	GUITIG	OTRAS	TESALIA	GUITIG	OTRAS	TESALIA	OTRAS
0,25	0,18	0.20	0,16	0.28		0.47			1,00	

FUENTE: Expendedores de agua embotellada Mayo 2010-11-28

ELABORACIÓN: La Autora

ANÁLISIS:

Los precios de compra están relacionados con la marca, tamaño y calidad del agua que se expende, considerando que uno de los factores más importantes que incide en el precio es el costo del transporte, al ser un líquido y demanda de mayor esfuerzo para transportarse, más aún si es proviene de lugares lejanos a los centros de consumo. La microempresa a instalarse necesariamente debe tomar en cuenta esta característica, con el fin de ubicar mercados lo más cercanos posibles.

5. ¿Qué tipo o material de envase prefieren?

CUADRO Nº 3.8
ENVASES DE PREFERENCIA

CANTONES	DE VIDRIO	PLÁSTICO	OTROS	TOTAL
Ibarra	13%	87%	0%	100
Otavalo	4%	96%	0%	100
San Lorenzo	2%	82%	16%	100
Río Verde	0%	54%	46%	100
Tulcán	6%	94%	0%	100
Mira	7%	93%	0%	100
TOTAL	9%	81%	10%	100

FUENTE: Expendedores de agua embotellada. Mayo 2010

ELABORACIÓN: La Autora

ANÁLISIS:

Del cuadro de datos anterior, se obtuvo que el 81% de la población encuestada prefieran el envase de plástico; el 9% prefieren envases de vidrio y el 10% prefieren otros tipos de envases. La preferencia de los consumidores está de acuerdo a sus preferencias personales y comodidad. El envase de plástico es el más preferido por su comodidad para desecharlo y su peso es menor.

6. ¿Por qué cree que los consumidores compran el agua: por el precio o por la calidad?

CUADRO Nº 3.8
PREFERENCIA DEL CONSUMIDOR (PRECIO O CALIDAD)

CANTONES	PRECIO	CALIDAD
Ibarra	79%	21%
Otavalo	93%	7%
San Lorenzo	81%	19%
Río Verde	100%	0%
Tulcán	76%	24%
Mira	74%	26%
TOTAL	83%	17%

FUENTE: Expendedores de agua embotellada. Mayo 2010

ELABORACIÓN: La Autora

ANÁLISIS:

Del análisis de cuadro se determina que, en promedio, el 83% señala que consume agua embotellada por el precio y el 17% por la calidad. La principal deducción que merece esta realidad es que las personas siempre prefieren los precios más económicos sin importarles la calidad. La empresa planteada deberá combinar de la mejor manera estos dos elementos con el fin de garantizar sus ventas y brindar la mayor satisfacción al cliente, tanto en precio como en calidad.

7. ¿Cómo realiza el pago de la mercadería de contado o a crédito?

CUADRO N° 3.9

COMPRAS A CRÉDITO O DE CONTADO

CANTONES	CONTADO	CRÉDITO
Ibarra	83%	17%
Otavalo	88%	12%
San Lorenzo	93%	7%
Río Verde	94%	6%
Tulcán	89%	11%
Mira	94%	6%
TOTAL	89%	11%

FUENTE: Expendedores de agua embotellada. Mayo 2010

ELABORACIÓN: La Autora

ANÁLISIS:

La compra de contado es mayoritaria, considerando que la cantidad adquirida por tiendas y supermercados no representa la erogación de un monto de dinero alto y se prefiere pagar en ese momento. Este hecho es muy importante para el presente proyecto, tomando en cuenta que asegura un flujo de efectivo que garantiza las operaciones de la empresa.

8. ¿Indique aproximadamente qué cantidad de unidades adquiere mensualmente?

CUADRO Nº 3.10

CANTIDAD APROXIMADA DE COMPRA

CANTONES	UNIDADES DE Medio litro				UNIDADES DE Un litro				UNIDADES DE cinco litros			
	1-100	101- 200	201-300	MAS	1-100	101- 200	201-300	MAS	1-100	101- 200	201- 300	MAS
Ibarra	19%	51%	29%	1%	58%	40%	2%	0%	100%			
Otavalo	17%	69%	14%	1%	88%	12%	0%	0%	100%			
San Lorenzo	16%	73%	10%	1%	97%	3%	0%	0%	100%			
Rio Verde	16%	72%	9%	3%	97%	3%	0%	0%	100%			
Tulcán	93%	6%	1%	0%	99%	1%	0%	0%	100%			
Mira	92%	6%	2%	0%	97%	3%	0%	0%	100%			
TOTAL	40%	47%	12%	1%	86%	13%	1%	0%	100%			

FUENTE: Expendedores de agua embotellada. Mayo 2010

ELABORACIÓN: La Autora

ANÁLISIS:

Del cuadro y se desprende que el 47% de los negocios y tiendas adquieren de 100 a 200 unidades de 500 ml. mensuales, el 86% adquieren de 1 a 100 unidades de aguas de 1lts, lo que demuestra que el consumidor final prefiere la botella de 500ml. Esta información es importante a ser tomada en cuenta por el presente proyecto, dado que estaría orientando la determinación del tamaño o capacidad de producción de la nueva empresa.

9. ¿Si Llegaría otro proveedor y le ofertaría otra marca de agua embotellada usted le compraría?

CUADRO Nº 3.11

COMPRARÍA OTRA MARCA DE AGUA

CANTONES	SI	NO
Ibarra	98%	2%
Otavalo	98%	2%
San Lorenzo	99%	1%
Río Verde	100%	0%
Tulcán	94%	6%
Mira	89%	11%
TOTAL	97%	3%

FUENTE: Expendedores de agua embotellada. Mayo 2010
ELABORACIÓN: La Autora

ANÁLISIS:

Del análisis del gráfico se determinó que los dueños de las tiendas en el 97% si están dispuestos a comprar otra marca de agua embotellada dependiendo, entre otros aspectos, al precio, calidad y a las condiciones de pago. Igualmente esta información es de mucha trascendencia para el proyecto, ya que estaría determinando un buen espacio de mercado para la nueva producción a ser realizada por el proyecto de empresa.

3.4 IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO

3.4.1 El Producto a Ofertar

El agua embotellada es un producto que al consumir garantiza la salud humana, a menudo los consumidores buscan la seguridad, a veces afectada por enfermedades transmitidas por el consumo de agua.

De los resultados del trabajo de campo realizado, cuyos datos e información se la expuso en páginas anteriores, se desprende varias de las características y condiciones que debe reunir el producto a ofertar a los consumidores; mismas que se resumen en los siguientes aspectos: precio, calidad, tipo de envase, contenido de envase, período de abastecimiento a locales de expendio y formas de pago.

Sobre los requisitos mínimos exigidos para el agua envasada, se tiene en el siguiente cuadro:

CUADRO Nº 3.12

REQUISITOS QUE DEBE CUMPLIR EL AGUA PARA CONSUMO HUMANO.

Requisitos	Unidad	Limite deseable	Límite permisible
Color	Unidad Escala PbCo	5	30
Turbiedad	FTU	5	20
Color	-	ausencia	Ausencia
Sabor	-	inobjetable	Inobjetable
PH	-	7-8-5	6,5--9,5
Sólidos Totales disueltos	Mg/l	500	1000
Manganeso. Mn	Mg/l	0,05	0.3
Hierro. Fe	Mg/l	0,2	0.3
Calcio Ca	Mg/l	30	70
Magnesio. Mg	Mg/l	12	30
Sulfatos. SO ₄	Mg/l	50	200
Cloruros	Mg/l	50	250
Nitratos. NO ₃	Mg/l	10	40
Nitritos. NO ₂	Mg/l	Cero	Cero
Dureza. CaCO ₃	Mg/l	120	300
Arsénico. As.	Mg/l	Cero	0,05
Cadmio. Cd.	Mg/l	Cero	0.01
Cromo. Cr. (exavalente)	Mg/l	Cero	0.05
Cobre. Cu.	Mg/l	0,05	1.5
Cianuros CN	Mg/l	Cero	Cero
Plomo. Pb	Mg/l	Cero	0.05
Mercurio. Hg.	Mg/l	Cero	Cero
Selenio.	Mg/l	Cero	0.1
ABS (MBAS)	Mg/l	Cero	0,2
Fenoles.	Mg/l	Cero	0.001
Cloro libre residual.	Mg/l	0,5	0,3—1.5
Coniformes totales	NMP/100Cm ³	Ausencia	Ausencia
Bacterias aeróbicas totales.	Colonias/Cm ³	Ausencia	30
Estroncio 90	Pc/l	Ausencia	8
Radio 226	Pc/l	Ausencia	3
Radiación total	Pc/l	Ausencia	1000
3 Cloro cuando se usa como desinfectante			

FUENTE: Empresa Municipal de Agua Potable (EMAPA- I)

3.4.2 Composición del agua analizada

El cuadro siguiente demuestra la composición físico – químico del agua a embotellar, para lo cual se tomó y analizó una muestra del agua de la fuente escogida para el procesamiento del agua, por parte de la nueva empresa a implantarse.

Haciendo una comparación entre los requisitos que debe cumplir el agua para consumo humano y el análisis efectuado del agua de la fuente a tomarse para el embasado, se tienen niveles completamente aceptables, lo que se concluye que la materia prima para la implantación de la empresa de agua embotellada reúne todos los requisitos exigidos por control sanitario.

CUADRO N° 3.13. COMPOSICIÓN DEL AGUA (RESULTADO DEL ANÁLISIS)

Color	pH	Conductividad	Sólido Totales disueltos	Turbiedad	Nitratos	Dureza Total	Calcio	Magnesio	Alcalinidad	COLIFORMES Totales	E. COLI			
uCo-Pt		us/cm	mg/L	NTU	mg/L	mg/L	mg/L	mg/L	mg/L	ufc/100 ml				
0-15	6,5-8,5	-	< 500	5	10	300	70	30	-	ausencia				
Muestra 1	11/06/2010		0	6,8	205	100	0,92	1,54	119,04	28,16	11,86	160	0	0

FUENTE Empresa Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Ibarra. Dr. Carlos Játiva Sevillano. JEFE DE UNIDAD DE CONTROL

3.5 Segmentación de Mercado

Prácticamente para este tipo de producto no existe un rango de edades, niveles o estratos sociales de consumo, por cuanto el agua, por ser un producto vital, es consumida sin distinción de grupos. De allí que la nueva empresa tendrá que dirigir sus ventas a todos los segmentos poblacionales, condiciones sociales y económicas.

No obstante, según estudios realizados, el público objetivo de los nuevos productos, entre los que se cuenta el agua envasada, son los jóvenes entre los 25 y 40 años, tanto hombres como mujeres que se preocupan a cuidar su salud.

3.6 ANÁLISIS Y PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

3.6.1 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

El consumo mundial de agua embotellada aumenta a un ritmo anual del 12%, a pesar de su elevado precio si se compara con el agua de grifo.

Idealmente, el cuerpo necesita que bebamos dos litros mínimo de agua diarios. Para satisfacer esta necesidad diaria, cada vez son más las personas que consumen agua embotellada. El agua embotellada garantiza la salud humana por la calidad en el proceso de purificación, en algunos casos las personas pueden llegar a gastar hasta mil veces más dinero en agua embotellada que si la tomaran directamente del grifo. (Sitio Web de la OMS: agua potable embotellada).

Los consumidores potenciales del agua embotellada son toda la población, lo que se deduce que a medida que crece la población crece la necesidad de producir más agua embotellada.

A continuación algunos datos e información sobre el consumo de agua embotellada. Se dice que desde 1998 tomar agua embotellada está de

moda en el Ecuador. Las razones fundamentales son: Verse bien, consumir productos naturales, hacer ejercicios e hidratarse son algunas costumbres del consumidor ecuatoriano. Estas razones son las que han tomado en cuenta y les está llevando al éxito y ampliar su oferta en el mercado a empresas como Coca-Cola, Tesalia, Industrias Toni y embotelladora de agua Bebef. Sin embargo, para Carlos Faini, gerente general de Bebef, la tendencia de consumir más agua en el país está marcada por la influencia del consumo experimentado en otros países.

CUADRO Nº 3.14
ECUADOR: VENTAS DE AGUA EMBOTELLADA

AÑOS	VENTAS	CRECIMIENTO % DE VENTAS
	EN MILL. DE \$ USD	
2005	250
2006	261	4,4 %
2007	300	14,94 %
PROMEDIO		9,67 %

FUENTE: Church & Chambers 2008
ELABORACIÓN: La Autora

Marcelo Torres, gerente de marketing de Tesalia, señala que todo el sector del agua embotellada y sus derivados seguirá creciendo. “Por ello las empresas deben ofrecer más productos al mercado”.

Tesalia empezó el desarrollo de otras bebidas en el año 2000. Desde esa fecha su participación en el mercado se amplió. Así, en el segmento de agua sin gas, la firma ocupa el 30 por ciento entre 120 marcas.

El hidratante Tesalia Sport cuenta con una participación del 35 por ciento entre seis marcas. Las aguas saborizadas Güitig Esences (sabor a limón y naranja) tienen una participación del 60 por ciento entre tres marcas, según datos de la compañía.

Se señala que hay poca pelea en el mercado de las aguas saborizadas; sin embargo, se advierte que Coca-Cola es el principal competidor. En julio pasado, esa firma presentó al mercado aguas saborizadas Dasani.

Miguel Ángel Salazar, gerente de Comunicaciones de Coca-Cola en Ecuador, señala que esa empresa, hasta hace un par de años, solo se mantenía en el país con sus productos regulares (aguas y bebidas gaseosas).

3.6.2 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Para proyectar la demanda de agua embotellada se utilizó el índice de 9,67 %, según datos del consumo nacional, que difiere de los índices de crecimiento anual a nivel mundial del 12% según estudios realizados por la OSM. Según cifras existentes, para el año 2002 la oferta que satisfacía la demanda naciente se ubicaba en unos 126 millones de litros de agua embotellada. Se partirá de este dato para efectuar la proyección de la oferta y demanda. Para el caso de la demanda, el consumo se incrementa en aproximadamente 9.67% cada año.

CUADRO Nro. 3.15

ECUADOR: PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE AGUA EMBOTELLADA

AÑOS	ESTIMACIÓN
	(Millones de litros)
2011	289
2012	317
2013	348
2014	381
2015	418

FUENTE: Tesalia – Coca Cola. 2010
ELABORACIÓN: La Autora.

Del estudio realizado se determinó que, el crecimiento del consumo del agua embotellada es superior a la tasa crecimiento poblacional debido a que es un producto de consumo vital, además el hábito de consumo nacional data desde hace apenas una década, lo que demuestra que en el mercado siempre existirá un espacio para ubicar este producto.

3.6 ANÁLISIS Y PROYECCIÓN DE LA OFERTA

3.6.1 ANÁLISIS DE OFERTA

En la actualidad existen un sinnúmero de empresas transnacionales productoras y comercializadoras de agua embotellada que controlan el negocio del agua embotellada el volumen de ventas de agua embotellada registro en el año 2000 unos 84 millones de litros de agua, para el 2002 la cifra había aumentado a 126 millones. Según Nestlé, en los próximos años el crecimiento del sector deberá oscilar entre un 7% y un 9% al año (8 % en promedio), y el mercado deberá multiplicarse por 2 en el 2010.

3.6.2 PROYECCIÓN DE LA OFERTA

CUADRO Nro. 3.16

ECUADOR PROYECCIÓN DE LA OFERTA DE AGUA EMBOTELLADA

AÑOS	(Millones de Litros)
2011	252
2012	272
2013	294
2014	317
2015	343

FUENTE: Tesalia – Coca Cola. 2010
ELABORACIÓN: La Autora.

3.6.3 BALANCE OFERTA- DEMANDA

De acuerdo a los datos obtenidos de estudios realizados a nivel mundial por la Nestlé se deduce que la demanda insatisfecha es del 4% lo que demuestra la ubicación segura del producto.

CUADRO N°. 3.17

**ECUADOR: DEMANDA INSATISFECHA DE AGUA
EMBOTELLADA (En millones de litros)**

AÑOS	OFERTA	DEMANDA	SALDO
2011	252	289	-37,30
2012	272	317	-45,11
2013	294	348	-54,02
2014	317	381	-64,15
2015	343	418	-75,65

FUENTE: Cuadros Estadísticos 3.15 y 3.16.
ELABORACIÓN: La Autora

Según la información estimada anteriormente, se puede deducir que existe mercado para nuevas empresas de agua embotellada, considerando que el consumo sigue en aumento y no existe la suficiente producción. Señalando que las cifras son un simple referente, ya que la realidad del mercado es cambiante en pequeños períodos de tiempo.

3.7 ANÁLISIS DE PRECIOS

Corresponde ahora efectuar un análisis de precios del agua embotellada, para lo cual se recurrió a la información primaria recopilada y que contempla el cuadro estadístico 3.17. Aquí tenemos los precios que actualmente rigen para la venta de este producto. Para efectuar la proyección se toma en cuenta el índice inflacionario a Septiembre de 2010, que es de 3.44 % anual.

CUADRO Nº. 3.18

PROYECCIÓN DE PRECIOS DE AGUA EMBOTELLADA EN ENVASE PLÁSTICO

TAMAÑO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO2	AÑO3	AÑO 4	AÑO 5
Medio litro	0,25	0,26	0,27	0,28	0,29	0,30
Un litro	0,47	0,49	0,50	0,52	0,54	0,56
Cinco litros	1	1,03	1,07	1,11	1,14	1,18

FUENTE: Cuadros Estadísticos 3.6 y 3.7. INEC y Banco Central.

ELABORACIÓN: La Autora

Se considera que la empresa a instalarse generará su producción en envases plásticos, pues esta es el pronunciamiento de los encuestados. Además se inclinará por envases de medio, un litro y cinco litros ya que según la información primaria recogida e incluida en el Cuadro Estadístico 3.6, la preferencia por envases cuyo contenido sea de medio litro es del 71 %, por envases de un litro el 16 % y por envases de 5 litros es de 12%.

3.8 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

El nivel de competencia en este negocio es grande en el país, existen aproximadamente 87 empresas legalmente establecidas dedicadas a la producción y comercialización de agua embotellada, cabe destacar de estas empresas algunas son transnacionales que ha cautivado el mercado nacional y mundial. En el área que se pretende ubicar el producto por parte de la nueva empresa, al menos se tiene que enfrentar la competencia algunas marcas como son: tesalia, vivan, Dasani, agua pura y Guitig, marcas que en nuestro estudio logramos encontrar en el mercado de la zona.

A diferencia del producto a procesar por la nueva empresa a instalarse en el Guadual, Vía a San Lorenzo, que tomará las aguas puras de río Piguambí; a diferencia de otras empresas de dudosa toma de agua, así, según estudios realizados por Natural Resources Defense Council de

1999, asegura que al menos la tercera parte de las marcas de agua envasada que habían sido estudiadas, contenían niveles de contaminación incluyendo residuos de E. coli y arsénico.

Además la cuarta parte de estas empresas el agua la toman del sistema de agua potable y luego es procesada y purificada hasta cierto punto. Al respecto, en muchos países, el agua envasada está sujeta a exámenes y estándares de pureza, lo que también debe hacerse en nuestro país.

3.9 MARKETING PARA A NUEVA EMPRESA

Se pretende realizar ventas diarias días, debido a que la empresa se la plantea con una producción constante, tomando en cuenta la existencia de una importante competencia que buscará la mínima oportunidad para ubicar más el producto.

3.9.1 ESTRATEGIAS DE PRECIO

- El precio no será mayor que el de la competencia, manteniéndolos competitivos y atractivos a los clientes.
- Se establecerán precios y formas de pago de acuerdo al volumen de ventas.
- Se establecerán promociones de acuerdo al margen de ventas.

3.9.2 ESTRATEGIA DE VENTA

- Tener como misión la producción enmarcada en los parámetros de calidad.
- Difundir el producto por medio de internet.
- Entregar productos de cortesía en instituciones especialmente educativas en cada cantón.

- Mantener oficinas y locales de distribución en cada cantón.
- Mantener ventajas competitivas frente a otras empresas similares.

3.9.3 ESTRATEGIA DE PUBLICIDAD

- Ubicar vallas publicitarias en las principales vías de las provincias en mención.
- Llevar a cabo una campaña publicitaria por medios de comunicación locales.
- Llevar un registro de sugerencias de los clientes internos y externos.
- Llevar una promoción de ventas orientada al consumidor.
- Mantener un sistema de capacitación sobre atención al cliente.

CAPÍTULO IV

4 ESTUDIO TÉCNICO

El programa de producción del Proyecto tiene como base fundamental los resultados alcanzados en el estudio de mercado efectuado. En esta parte del estudio se determinan varios aspectos técnicos como son: localización del proyecto, tamaño de la unidad productiva propuesta, ingeniería y las inversiones fijas, variables y diferidas requeridas para el arranque del Proyecto.

4.1 LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA

Con la finalidad de establecer la localización de la nueva empresa, se partirá del área geográfica general que se hizo referencia en el estudio de mercado, en la cual se instalará la planta y desde donde será distribuido el producto a fabricar. El estudio de localización plantea dos niveles de avance en el proceso de decidir el lugar apropiado para su instalación.

4.1.1 MACROLOCALIZACIÓN

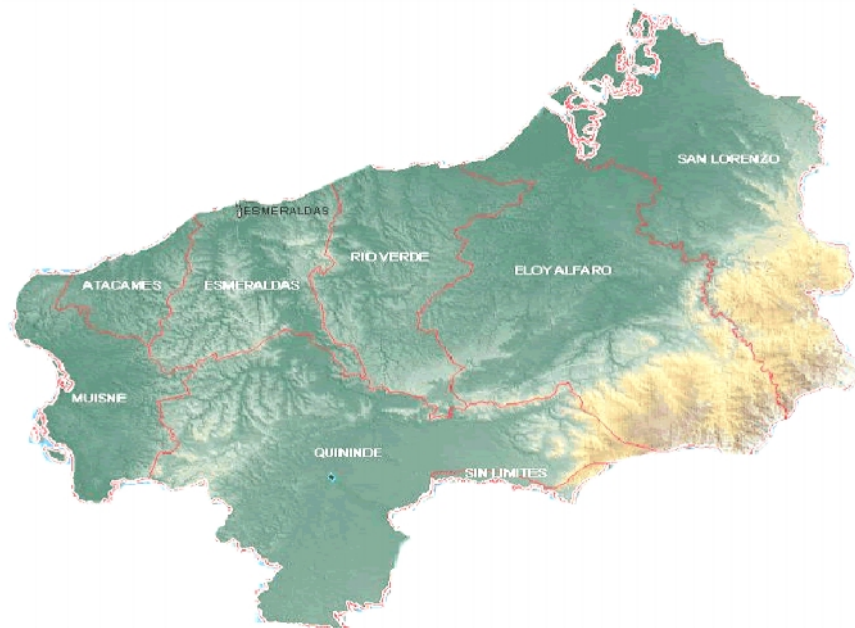
La Macro localización comprende el establecimiento del lugar geográfico en donde se llevará a cabo el proyecto; por lo que, es necesario tomar en cuenta varios aspectos como: La región, Provincia, Cantón o área geográfica, con el único objetivo de conocer con precisión el lugar donde se desarrollará el proyecto.

La empresa estará ubicada en la parroquia Alto Tambo, Recinto El Guadual, Cantón San Lorenzo, Provincia de Esmeraldas, República del

Ecuador. Las vías de acceso son de primer orden y con todas las obras de infraestructura necesarias.

GRÁFICO N° 4.1

MAPA DE MACROLOCALIZACIÓN PROVINCIA DE ESMERALDAS

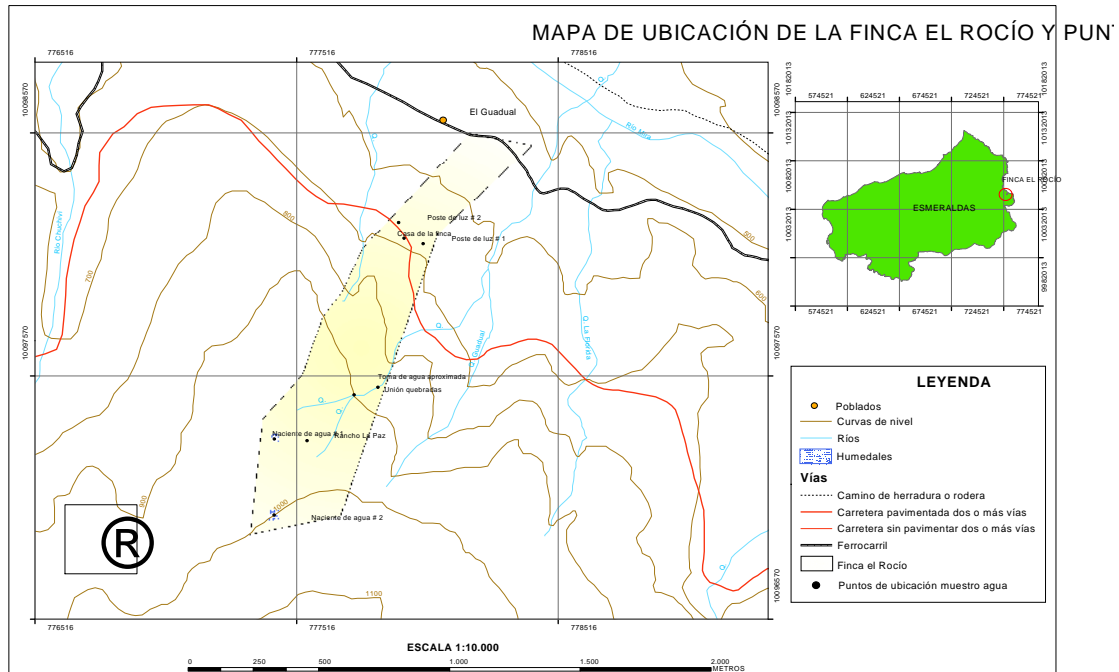


4.1.2 MICROLOCALIZACIÓN

El segundo nivel de estudio de la localización, tiene que ver con la proximidad a la fuente de agua como principal materia prima a ser utilizada por la nueva empresa. Según este elemento importante, la planta ubicará sus instalaciones junto a la vía Interoceánica Ibarra San Lorenzo a 110 km. desde la ciudad de Ibarra en el cantón San Lorenzo, Recinto El Guadual en la finca “El Rocío” de propiedad de la familia Tituaña Navarrete. El espacio de terreno que se destinará es de una hectárea.

GRAFICO Nº. 4.2.

CROQUIS DE MICROLOCALIZACIÓN



Los factores que se tomaron en cuenta para la ubicación de la planta en este lugar son:

- Vertiente de agua que cumple con los requisitos sanitarios exigidos y normas requeridas por el INEN.
- Se encuentra ubicada en la unión de las tres provincias de Imbabura, Esmeraldas y Carchi.
- Vía de comunicación de primer Orden, la carretera Interoceánica Ibarra – San Lorenzo
- Facilidad para la distribución del producto.
- Disponibilidad de mano de obra.
- Servicios básicos. La empresa dispondrá de energía eléctrica, agua entubada, servicio telefónico, alcantarillado y alumbrado público.

4.2 TAMAÑO O CAPACIDAD PRODUCTIVA DEL PROYECTO

Al ser un proyecto económico productivo, para establecer su tamaño se parte de la capacidad de producción que alcance a cubrir una parte de la demanda insatisfecha, determinada en el estudio de mercado.

4.2.1. FACTORES QUE AFECTAN EL TAMAÑO

El análisis de estos factores permite determinar un panorama claro con respecto a cuan viable o riesgoso resulta la implementación del proyecto. Las perspectivas en este sentido dan la pauta de atractivo o no al inversionista.

Para determinar la capacidad del proyecto, se parte del planteamiento de cuatro aspectos:

- Disponibilidad de recursos financieros
- Materias primas e insumos
- La tecnología a utilizar
- Fijación de la capacidad de la empresa embotelladora de agua.
- Objetivos de crecimiento

4.2.2. DISPONIBILIDAD DE RECURSOS FINANCIEROS

Para la implementación del proyecto se cuenta con un espacio de Media Hectárea (cinco mil m²), cuyo valor comercial es de 1,05 USD por m², dando un valor de 10.500 USD. Para las obras civiles se construirá con aportaciones de los socios.

4.2.3. LA TECNOLOGÍA A UTILIZAR

La base productiva fundamental el proyecto es contar con una máquina envasadora, pues ésta es la actividad principal que desarrollará la empresa a instalarse. Tomando en cuenta a este factor, se ha pro-

formado esta clase de maquinaria, siendo la más adecuada una envasadora que tiene la capacidad de 1500 botellas de 500 c.c. por hora, según este factor la capacidad de la planta envasadora de agua embotellada sería la siguiente:

CUADRO NO. 4.1.

CAPACIDAD TECNOLÓGICA

(ENVASES DE 500 CC)

PERIODOS	UTILIZACIÓN DE LA CAP.	HORA	POR DÍA	POR MES	POR AÑO
1	60%	450	3600	72000	864000
2	70%	525	4200	84000	1008000
3	80%	600	4800	96000	1152000
4	90%	675	5400	108000	1296000
5	100%	750	6000	120000	1440000

FUENTE: Proforma de maquinaria. Octubre de 2010
ELABORACIÓN: La Autora.

4.2.4. MATERIAS PRIMAS E INSUMOS

En el medio existe la suficiente cantidad de la principal materias prima, como es el agua; y, en relación a los insumos se los adquirirá en Quito o Ibarra, conforme a las necesidades de la producción. Así pues, respecto a este factor de determinación del tamaño de la planta procesadora de agua embotellada no existe ninguna dificultad y más bien es un elemento positivo para estimar su tamaño o capacidad productiva.

4.2.5. LA ORGANIZACIÓN

La organización de la empresa será importante para su funcionamiento la misma que estaría compuesta por personal administrativo y personal operativo. Con respecto a este factor se toma en cuenta el recurso humano que laborará en las distintas áreas de la

empresa, para lo cual se deberá tomar en cuenta la mano de obra calificada; es decir contar con un personal apropiado para cada puesto de trabajo. Aquí se hace referencia sobre el personal técnico de cualquier nivel; para de esta forma llevar una organización adecuada y que contribuya con el desarrollo de la empresa.

4.2.6. OBJETIVOS DE CRECIMIENTO SEGÚN DEMANDA INSATISFECHA

Para la determinación de los objetivos de crecimiento se parte de la captación que se realiza de la demanda insatisfecha y el planteamiento de objetivos de crecimiento en función de la disponibilidad de recursos como se ilustra en el siguiente cuadro.

CUADRO NO. 4.2.
OBJETIVOS DE CRECIMIENTO
(ENVASES DE LITRO)

PERÍODOS	DEMANDA	PORCENTAJE	CAPTACIÓN	LITROS	LITROS
	INSATISFECHA	DE CAPTACIÓN	Millones Lt/año	POR MES	POR DÍA
1	37,3	2,0%	0,75	62,167	3,108
2	45,11	2,2%	0,99	82,702	4,135
3	54,02	2,4%	1,30	108,040	5,402
4	64,15	2,6%	1,67	138,992	6,950
5	75,65	2,8%	2,12	176,517	8,826

FUENTE: Cuadro Estadístico Nº 3.17
ELABORACIÓN: La Autora.

Como se puede apreciar en el cuadro anterior los objetivos de crecimiento planteados respecto a la demanda insatisfecha en cinco años de operación alcanza el 2.8 %, lo que demuestra una gran expectativa proyecto respecto al mercado potencial de agua embotellada.

4.3 FIJACIÓN DE LA CAPACIDAD DEL PROYECTO

Este aspecto en el tamaño del proyecto tiene relación con el volumen de producción y su capacidad instalada, es decir, determinar cuál es la capacidad técnica viable, tomando en cuenta las condiciones normales de trabajo, producción y venta, derivadas del estudio de mercado. Además tomando en cuenta los factores de determinación del tamaño, se estima que la Planta Procesadora de Agua Embotellada de El guadual, tenga la siguiente capacidad productiva, en cinco años de funcionamiento.

CUADRO N°. 4.3

**TAMAÑO Y UTILIZACIÓN DE CAPACIDAD INSTALADA
(ENVASES DE 500 CC)**

PERIODOS	UTIL.CAP.	POR AÑO
1	60%	792000.00
2	70%	924000.00
3	80%	1056000.00
4	90%	1188000.00
5	100%	1320000.00

FUENTE: Cuadro Estadístico N° 4.1.

ELABORACIÓN: La Autora.

4.4 ANÁLISIS TÉCNICO O INGENIERÍA DEL PROYECTO

4.4.1 REQUERIMIENTO DE INFRAESTRUCTURA CIVIL

Representan las instalaciones físicas, que son los espacios necesarios en donde desarrollará las operaciones la nueva empresa. Es importante indicar las diferentes aéreas con que va estar formada la microempresa, para lo cual a continuación se indica las instalaciones que contemplará el proyecto.

CUADRO N°. 4.4
DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

ÁREAS	EXTENSIÓN M2
Área de procesamiento	125
Almacenamiento	50
SUBTOTAL:	175
Área de gerencia	9
Área de contabilidad	12
Área de secretaria	9
Sala	16
Baños (2)	6
Guardianía	9
SUBTOTAL	61
Parqueadero	400
Área verde natural	4364
TOTAL:	5000

FUENTE: Asesoramiento de Ingeniero Civil
ELABORACIÓN: La Autora.

La planta se encuentra diseñada en un área de 5.000m², de los cuales 61 m² se asignará para la construcción y distribuirá el área administrativa, 175 m² área de producción y de almacenamiento (tipo galpón) y 400m² se asignará para la parqueaderos (áreas de carga y descarga); y, el resto de terreno se dejará como áreas verdes naturales y de recreación.

4.4.1 Terrenos

Para llevar a cabo el presente proyecto se aportará como inversión propia un terreno, con extensión de 10.000 metros. El costo del terreno en el mercado es 10.500 dólares de acuerdo al avalúo Municipal.

CUADRO N° 4.5.
REQUERIMIENTO DE TERRENO

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	TOTAL
TERRENO	10.000 m²	\$ 10.500

FUENTE: Investigación directa
ELABORACIÓN: La autora

4.4.2 Edificios

En este punto se cuenta con el asesoría de un Ingeniero Civil, el mismo que nos brinda una sugerencia para la elaboración de los respectivos planos y distribución adecuada de las instalaciones, de acuerdo a los requerimientos; facilitando el plano y costos estimados de la obra.

El área del edificio en la cual funcionará la parte administrativa es de 61m², el área de bodegas y de procesamiento con una extensión de 175 m2, área de parqueaderos de 400m2.

4.5 PROCESO DEL NEGOCIO Y DE LOS SERVICIOS

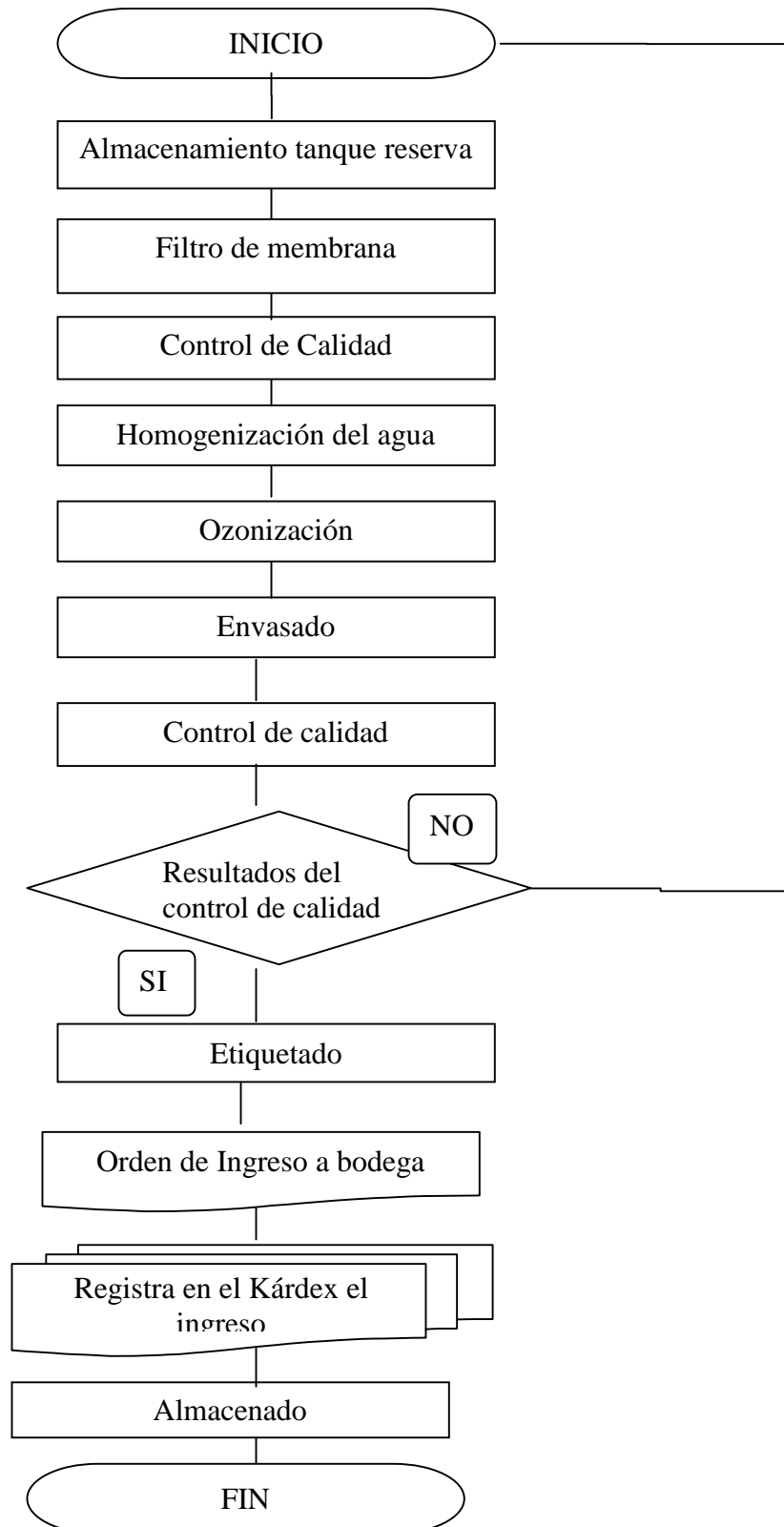
Con el propósito de formalizar la compañía embotelladora de agua en el recinto El Guadual, de la Provincia de Esmeraldas, se creará la empresa en donde se realizarán las siguientes actividades.

- Almacenamiento
- Control de calidad del agua
- Homogeneización.
- Ozonización.
- Envasado.
- Control de calidad del producto.
- Etiquetado.
- Almacenado.

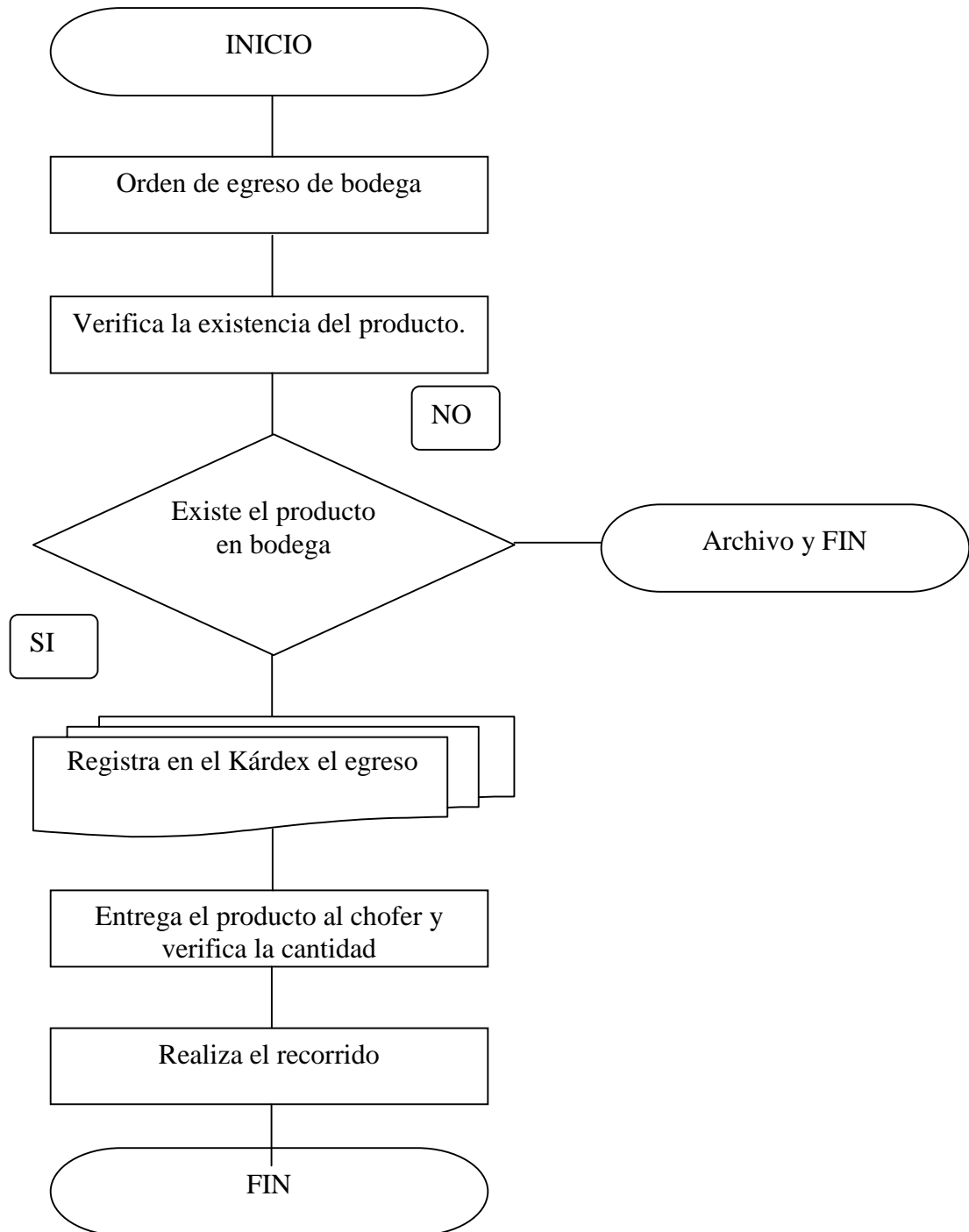
Acciones que se planifican tomando en cuenta las normas sanitarias y de calidad del Instituto Nacional de Normalización (INEN) actuales.

4.5.1 DIAGRAMAS DE PROCESOS

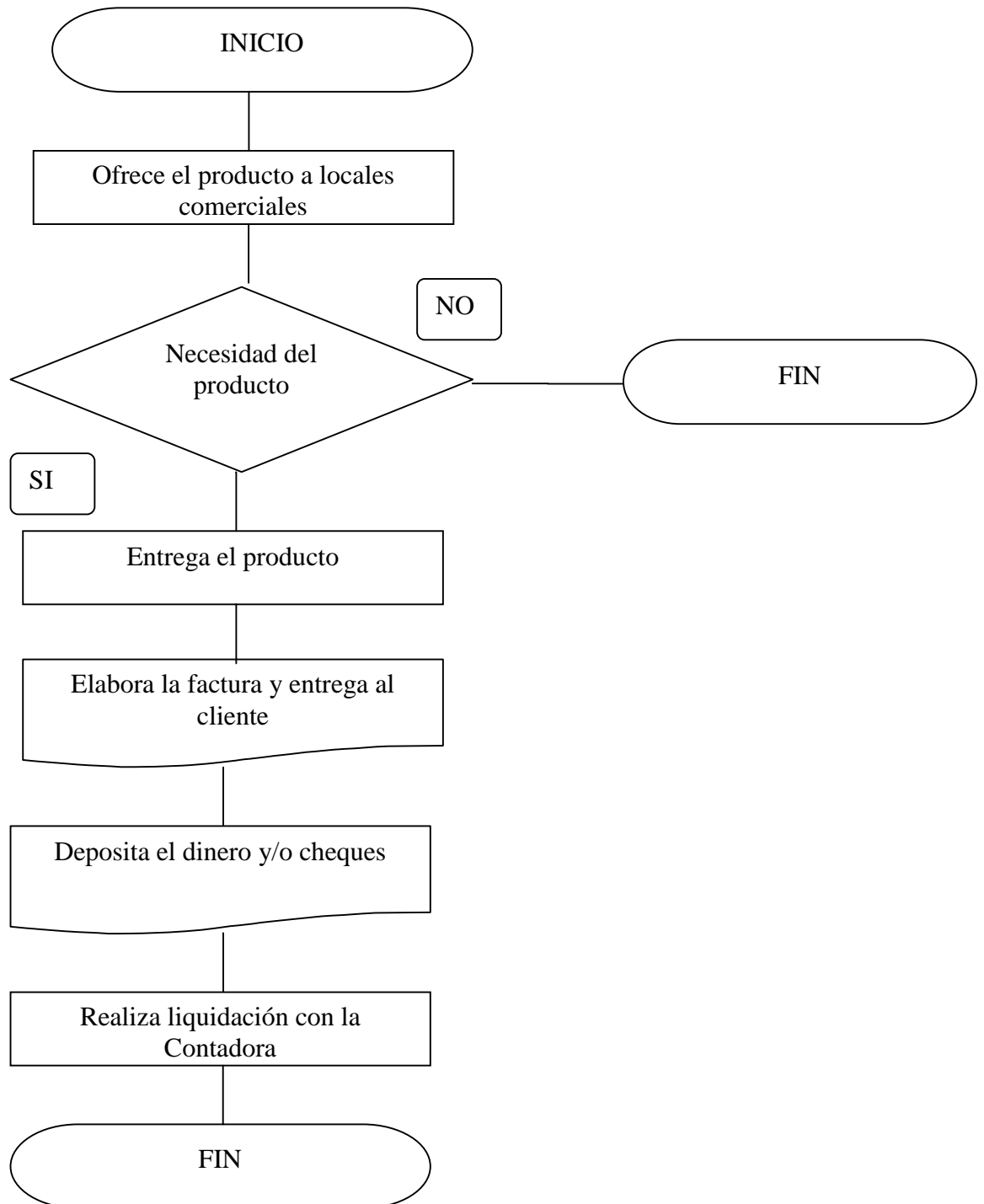
Secuenciación de las actividades a realizarse en el procesamiento del agua



4.5.2 Proceso despacho a distribuidor



4.5.3 Proceso de venta



4.6 PRESUPUESTO TÉCNICO

En esta parte del proyecto se abordan aspectos propios de la ingeniería o requerimientos, tales como: infraestructura civil, terrenos, edificios, procesos de producción, equipo y maquinaria, tecnología, talento humanos, entre otros.

4.6.1 INVERSIONES FIJAS

Para iniciar el proyecto es preciso realizar la inversión en equipo, maquinaria, muebles y enseres necesarios para el procesamiento de agua embotellada. Por este motivo, se consideró que las inversiones totales se las realizará en el período pre-operativo y operativo del proyecto, estas inversiones no serán modificadas durante toda la vida del proyecto, es decir, durante los próximos 5 años de ejecución del proyecto.

4.6.1.1 Construcciones de áreas y espacios

Por cuanto los valores o costos de construcción son diferentes, en el siguiente cuadro se clasifica la construcción a realizar.

CUADRO N° 4.6

VALOR DE CONSTRUCCIONES

CONSTRUCCIONES	CANTIDAD	V. TOTAL
Edificio de administración	61m2	15.000,00
Área de procesamiento y almacenamiento	175m2	22.000,00
Área de accesos y parqueadero	400m2	8000,00
TOTAL CONSTRUCCIONES		45.000,00

FUENTE: Investigación directa (asesoría de Ingeniero Civil)

ELABORACIÓN: La Autora

4.6.1.2 Maquinaria y equipos

Con el fin de determinar el valor a invertir en maquinaria y equipos destinados a la planta procesadora de agua, se recabó una factura pro-forma, firmada por el Dr. Carlos Játiva, Gerente de la empresa importadora de este tipo de implementos. A continuación se presentan los detalles y valor de la maquinaria y equipo a utilizar.

1 Lavador de bidones con agua y vapor, (8 bidones), tanque construida en acero inox. AISI 304-430, incluye; cepillos limpiadores, acoples, tubería, válvulas solenoides (agua y vapor) para todo el sistema, bomba sanitaria, tablero de control automático. **PRECIO USD \$ 7.900**

1 Envasador de bidones para agua semiautomático, electro-neumático capacidad aproximada 240 golpes/hora, (aproximadamente 480 bidón/hora de 20 lts.) incluye dos tomas de dosificado volumétrico, construido en acero inox. AISI-304-430, incluye automatización, bomba sanitaria, transportador de bidones, cámara de termoencogible de capuchones, tablero de control automático. **PRECIO USD \$ 24.900**

1 Envasador para líquidos semiautomático electro-neumático capacidad aproximada 375 golpes/hora, (aproximadamente 1.500 botellas/hora de 500 cc), incluye **cuatro tomas de dosificado volumétrico** construido en acero inox. AISI-304-430, incluye automatización, tanque de balance, bomba sanitaria de recirculación, tablero de control automático, **PRECIO USD \$ 9.900**

1 Máquina envasadora de manga de tipo semiautomática mecánica, permite envasar leche, agua natural o con esencias, yogurt y productos de viscosidad media. **PRECIO USD \$ 12.000**

CARACTERÍSTICAS GENERALES:

- Una cabeza.
- Capacidad de enfundado aproximado de 400 golpes/hora, dependiendo de la dosificación del envasado.
- Dosificación automática regulable desde 50cc hasta 4.000cc.
- La máquina está construída en acero inox. AISI-304 y acero negro pre pintado.
- Controles manuales de fácil acceso con luces piloto que indican cada fase de operación.
- Soldadura automática regulable.
- Suministro de energía eléctrica 220 Volt, monofásico.
- Suministro de aire mediante compresor de 2HP (provisto por el cliente)

1 Roscadora de tapas semiautomática-neumática, incluye cuatro tomas de roscado construida en acero inox. AISI 304-430. **PRECIO USD \$ 4.500.**

1 Etiquetadora, incluye cuatro tomas de tamaños diferentes construida en acero inox. AISI 304-430. **PRECIO USD \$ 4.500.**

De entre las tres máquinas envasadoras, por así exigir o convenir la actividad a desarrollar por la nueva empresa, se selecciona el segundo tipo de envasadora, que tiene el valor de \$ 9.900 USD. En el siguiente cuadro se determina el requerimiento del proyecto en cuanto a maquinaria, equipos, muebles y enseres necesarios para la instalación de la empresa.

CUADRO Nº 4.7
MAQUINARIA Y EQUIPOS

ÁREA			
	DETALLE	CANTIDAD	VALOR
Administrativa	Computadores	2	1300
	Calculadora		58
	Teléfono		360
	TOTAL		1718
	MUEBLES Y ENSERES		
	Escritorios	2	970
	Sillas	10	350
	Sillas Giratorias	2	240
	Archivadores	2	500
	TOTAL		2060
Producción	MAQUINARIA		
	Envasadora de líquidos	1	9900.00
	Etiquetadora	1	4500.00
	Ozonizador Industrial	1	1800.00
	Roscadora de tapas	1	4500.00
	TOTAL		20700.00
	ENSERES		
	Tanque de acero inoxidable (3m3)	2	2600
	Filtro de membrana	2	2800
	Manguera		12000
	TOTAL		17400
Ventas	VEHÍCULO	1	35000
			76878.00

FUENTE: Investigación Directa (Factura proforma, Octubre de 2010)
ELABORACIÓN: La Autora

A continuación se presenta un resumen de todos los recursos que requiere la empresa a instalarse en cuanto tiene que ver con inversiones fijas o permanentes, entre estos se contempla: terreno, maquinaria, equipos, muebles y enseres, que representan la base fija del proyecto.

CUADRO N° 4.8

RESUMEN INVERSIONES FIJAS

CONCEPTO	VALOR
Terreno	10,500.00
Edificación	45,000.00
Muebles y enseres	2,060.00
Maquinaria	20,700.00
Equipos de Oficina	1,718.00
Enseres para la producción	17,400.00
Vehículo	35,000.00
TOTAL:	132,378.00

FUENTE: Cuadros Estadísticos N° 4.4, 4.5 y 4.6

ELABORACIÓN: La Autora

4.7 INVERSIÓN VARIABLE

Consisten todos los recursos que la nueva empresa o proyecto destinará para la contratación de mano de obra directa, mano de obra indirecta, materiales accesorios e insumos necesarios para iniciar con el proceso de producción que se plantea ejecutar.

Para que la empresa pueda operar en forma apropiada es necesario contar con lo siguiente:

CUADRO N° 4.9

PERSONAL ADMINISTRATIVO PROYECTADO 1 AÑO

SUELDOS ADMINISTRATIVA.	AÑO 1	AÑO2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO5
	13513.80	15449.49	16221.96	17033.06	17884.72
Remuneraciones	10800.00	11340.00	11907.00	12502.35	13127.47
Décimo Tercer Sueldo	900.00	945.00	992.25	1041.86	1093.96
Décimo Cuarto Sueldo	480.00	504.00	529.20	555.66	583.44
Aporte Patronal	1333.80	1400.49	1470.51	1544.04	1621.24
Fondo de Reserva		1260.00	1323.00	1389.15	1458.61

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: La Autora

CUADRO Nº 4.10**MANO DE OBRA DIRECTA**

GASTOS OPERATIVOS	AÑO 1	AÑO2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO5
	17170.24	18748.75	19686.19	20670.50	21704.02
Remuneraciones	13440.00	14112.00	14817.60	15558.48	16336.40
Décimo Tercer Sueldo	1120.00	1176.00	1234.80	1296.54	1361.37
Décimo Cuarto Sueldo	960.00	1008.00	1058.40	1111.32	1166.89
Aporte Patronal	1650.24	1732.75	1819.39	1910.36	2005.88
Fondo de Reserva		720.00	756.00	793.80	833.49

FUENTE: Investigación Directa
ELABORACIÓN: La Autora

CUADRO Nº 4.11**MATERIALES Y ACCESORIOS**

DETALLE	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Año 1
Envases 1	66000.00	0.10	6600.00	79200.00
Envases 2	19800.00	0.20	3960.00	47520.00
Envases 3	2640.00	0.40	1056.00	12672.00
Etiqueta 1	66000.00	0.02	1320.00	15840.00
Etiqueta 2	19800.00	0.03	594.00	7128.00
Etiquetas 3	2640.00	0.04	105.60	1267.20
Plástico para empacar	85800.00	0.01	858.00	10296.00
Mantenimiento maquinaria	3.00	29.17	87.51	1050.12
Servicios Básicos.	394	0.15	59.10	709.20
TOTAL			14640.21	175682.52

FUENTE: Investigación Directa
ELABORACIÓN: La Autora

CUADRO Nº 4.12**RESUMEN INVERSIONES VARIABLES**

DETALLE	Mensual	Año 1
Materia Prima Directa	0.00	0.00
Mano de Obra Directa	808.92	11147.04
Costos Indirectos de Fabricación	14640.21	183373.39
TOTAL	15449.13	194520.43

FUENTE: Cuadros Estadísticos
ELABORACIÓN: La Autora

4.8 INVERSIÓN DIFERIDA

Los activos diferidos están constituidos por los gastos e inversiones necesarias para conformar la empresa o implementar la infraestructura inicial con la que trabajará la empresa. Igualmente constan los gastos que demanden los estudios o elaboración del Proyecto de Factibilidad.

Los Gastos de Constitución de la Empresa tienen los siguientes rubros:

CUADRO No 5.13

GASTOS DE CONSTITUCIÓN

DETALLE	VALOR
Estudio Técnico	800
Registro Único de contribuyentes	50
Registro Sanitario	400
Ordenanza Municipal	30
Gasto de puesta en Marcha	250
TOTAL	1,530.00

FUENTE: Cuadros Estadísticos
ELABORACIÓN: La Autora

4.9 RESUMEN DE INVERSIONES REQUERIDAS.

CUADRO No 5.14

ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN

CONCEPTO	VALOR
Inversión Fija	132,378.00
Inversión Variable	16,644.14
Inversión Diferida	1530,00
TOTAL	150,552.14

FUENTE: Cuadros Estadísticos
ELABORACIÓN: La Autora

4.10 ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO

El financiamiento, se realizará con el aporte propio de los inversionistas.

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO ECONÓMICO

El presente estudio económico tiene como intención analizar las inversiones requeridas, su financiamiento y amortización de crédito; la proyección de volúmenes de producción, proyección de precios, proyección de ingresos por ventas; determinar los gastos o egresos; presentar los estados financieros proforma del proyecto y efectuar la evaluación financiera que sustente la factibilidad y viabilidad del mismo en un futuro.

El Estudio se integra generalmente con la formulación de presupuestos de ingresos, costos y gastos, así como la determinación y las fuentes de financiamiento que se requieren durante la instalación y operación del proyecto. Toda esta información es muy útil al momento de efectuar la evaluación financiera, para saber si el proyecto es viable o no.

5.1 PRESUPUESTO DE INGRESOS

Para llegar a cuantificar los ingresos por ventas, es necesario considerar las proyecciones de volúmenes de producción y los precios

5.1.1. PROYECCIÓN DEL VOLUMEN DE PRODUCCIÓN

CUADRO Nº. 5.1
Volumen de Producción para cinco años

AÑOS	PRODUCCIÓN LITROS	CANTIDAD TAMAÑO		
		1/2 LT	1 LT	5 LT
0		0		
1	792000.00	396000	237600	158400
2	924000.00	462000	277200	63360
3	1056000.00	528000	316800	211200
4	1188000.00	594000	356400	237600
5	1320000.00	660000	396000	264000

FUENTE: Cuadro Estadístico Nº 4.2.
ELABORACIÓN: La Autora.

5.1.2. PROYECCIÓN DEL PRECIO

El precio unitario de venta del cero, son los precios actuales en el mercado, mismo que está en relación a los costos de producción y a márgenes de ganancia de las actuales empresas de expendio de agua embotellada. Se han tomado en cuenta los precios de la empresa Tesalia. El incremento a partir del primer año de funcionamiento, se incrementa en base a la inflación de un 3.4%.

CUADRO N°. 5.2

Proyección de precios

TAMAÑO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO2	AÑO3	AÑO 4	AÑO 5
Medio litro	0.25	0.26	0.27	0.28	0.29	0.30
Un litro	0.47	0.49	0.50	0.52	0.54	0.56
Cinco litros	1	1.03	1.07	1.11	1.14	1.18
PROMEDIO	0.57	0.59	0.61	0.63	0.65	0.67

FUENTE: Cuadro Estadístico N° 4.2.

ELABORACIÓN: La Autora.

5.1.3. PROYECCIÓN DEL INGRESO POR VENTAS

CUADRO N°. 5.3.

Proyección de ingresos por ventas

AÑOS	PRODUCCIÓN	CANTIDAD TAMAÑO			COSTO DE VENTA		
	LITROS	1/2 LT	1 LT	5 LT	1/2 LT	1 LT	5 LT
0		0			0		
1	792000.00	396000	237600	158400	102366.00	115468.85	93357.79
2	924000.00	462000	277200	63360	123487.52	139293.92	67741.72
3	1056000.00	528000	316800	211200	145926.96	164605.62	233483.14
4	1188000.00	594000	356400	237600	169749.54	407398.90	154811.58
5	1320000.00	660000	396000	264000	195023.36	468056.07	312037.38

FUENTE: Cuadro Estadístico N° 5.1 y 5.2.

ELABORACIÓN: La Autora.

5.2 PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS

El presupuesto de costos y gastos se lo realiza de tal manera que nos permita determinar los recursos que serán necesarios en los años posteriores para el normal funcionamiento de la planta, todos estos costos sufren un incremento anual del 3.4%, porcentaje que corresponde a la tasa de inflación y el 12% en mano de obra.

5.2.1. PRESUPUESTO DE COSTOS DE PRODUCCIÓN

Los costos de producción son los recursos necesarios con el que contará la empresa, para su normal funcionamiento. Estos intervienen directa o indirectamente en la producción o elaboración del producto. Corresponde a valores que la empresa posee como Materia Prima, Mano de obra directa y gastos generales de fabricación, los cuales son necesarios para elaborar o fabricar el producto terminado.

5.2.1.1 MATERIA PRIMA DIRECTA

El presente proyecto no registra un costo de la materia prima, ya que se trata de tomar el agua natural del río Piguambí, que colinda al lugar geográfico donde se ubicará la planta de agua embotellada.

5.2.1.2 MANO DE OBRA DIRECTA E INDIRECTA

La Empresa Embotelladora de agua iniciará sus operaciones con la ocupación de tres obreros, dedicados a la homogenización, almacenamiento, ozonificación y envasado del agua.

CUADRO Nº. 5.4

Componentes de la remuneración a Obreros y Jefe de Producción

SUELDOS DE PRODUCCIÓN	Nº		SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL	DEC IV	DEC III	APORTE PAT 12,15%	TOTAL
Técnico de Producción	1.00	400.00	400.00	4800.00	240.00	400.00	583.20	6824.20
Trabajadores	3.00	240.00	720.00	8640.00	720.00	720.00	1067.04	11147.04
TOTAL		640.00	1120.00	13440.00	960.00	1120.00	1650.24	17971.24

Fuente: Cuadro Estadístico Nº. 4.9.
Elaborado por: La Autora

5.2.1.3 COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

Los Costos Indirectos de Fabricación son los elementos necesarios para la elaboración y terminación del producto; para el caso del presente proyecto se envasará el agua pura de la fuente sin ningún aditamento, considerando que debe conservar todas las propiedades de acuerdo al análisis químico efectuado a este recurso, el mismo que contiene importantes dosificaciones y en niveles permisibles y muy aptos para la salud humana, minerales como: calcio, magnesio, sodio, potasio, bicarbonatos, sulfatos, cloruros, entre otros. Únicamente como gastos indirectos de fabricación se tienen el valor de los envases, mantenimiento maquinaria, material de embalaje, servicios básicos y etiquetas.

CUADRO Nº 5.5.

Costo de Indirectos

DETALLE	Cantidad	C. Unita.	C. Total	mes	Ano 1
Envases 1	66000.00	0.10	6600.00	12	79200.00
Envases 2	19800.00	0.20	3960.00	12	47520.00
Envases 3	2640.00	0.40	1056.00	12	12672.00
Etiqueta 1	66000.00	0.02	1320.00	12	15840.00
Etiqueta 2	19800.00	0.03	594.00	12	7128.00
Etiquetas 3	2640.00	0.04	105.60	12	1267.20
Plástico para empacar	85800.00	0.01	858.00	12	10296.00
Mantenimiento maquinaria	3.00	29.17	87.51	12	1050.12
Servicios Básicos.	394	0.15	59.10	12	709.20
TOTAL			14640.21		175682.52

FUENTE: Cuadro Estadístico Nº. 4.2.
ELABORACIÓN: La Autora

5.2.1.4 RESUMEN E COSTOS DE PRODUCCIÓN

CUADRO Nº 5.6

DETALLE	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materia Prima Directa	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Mano de Obra Directa	11147.04	18748.75	19686.19	20670.50	21704.02
Costos Indirectos de Fabricación	183373.39	188874.59	194540.83	200377.05	206388.36
TOTAL	194520.43	207623.34	214227.02	221047.55	228092.39

FUENTE: Cuadro Estadístico Nº. 5.4 Y 5.5

ELABORACIÓN: La Autora

5.2.2 PRESUPUESTO DE GASTOS

5.2.2.1 GASTO PERSONAL ADMINISTRATIVO

El gasto administrativo está formado por el personal ligado fundamentalmente a la administración de la empresa. Se contará con el siguiente personal: un Gerente, una Secretaria contadora, y un chofer distribuidor del producto. En el siguiente cuadro se presentan todos los componentes de la remuneración al personal administrativo.

CUADRO Nº 5.7

SUELDOS ADMINISTRATIVOS

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO5
	13513.80	15449.49	16221.96	17033.06	17884.72
Remuneraciones	10800.00	11340.00	11907.00	12502.35	13127.47
Décimo Tercer Sueldo	900.00	945.00	992.25	1041.86	1093.96
Décimo Cuarto Sueldo	480.00	504.00	529.20	555.66	583.44
Aporte Patronal	1333.80	1400.49	1470.51	1544.04	1621.24
Fondo de Reserva		1260.00	1323.00	1389.15	1458.61

FUENTE: cuadro Estadístico Nº. 4.8.

ELABORACIÓN: La Autora.

5.2.3 GASTO DEPRECIACIÓN

Depreciación de activos fijos de la fábrica se presentan en el cuadro de siguiente. El método utilizado para los cálculos de la depreciación es el de línea recta, que tiene la siguiente fórmula:

$$\text{Depreciación} = \text{Costo} / \text{Vida útil}$$

CUADRO Nº 5.9

Depreciación de Activos Fijos

CONCEPTO	DEPRECIACIÓN				
	AÑO1	AÑO2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VEHÍCULO	35000	35000	35000	35000	35000
Depreciación	7000	6300	6300	6300	6300
Depreciación Acumulada	7000	14000	21000	28000	35000
EDIFICIO	45000	45000	45000	45000	45000
Depreciación	2250	2250	2250	2250	2250
Depreciación Acumulada	2250	4500	6750	9000	11250
MUEBLES Y ENSERES	2610	2610	2610	2610	2610
Depreciación	261	261	261	261	261
Depreciación Acumulada	261	522	783	1044	1305
MAQUINARIA	20700.00	20700	20700	20700	20700
Depreciación	2070	2070	2070	2070	2070
Depreciación Acumulada	2070	4140	6210	8280	10350
EQUIPO DE CÓMPUTO Y SISTEMAS	1300	1300	1300	1300	1300
Depreciación	260.00	260.00	260.00	260.00	260.00
Depreciación Acumulada	260.00	520.00	780.00	1040.00	1300.00
INSTALACIONES INDUSTRIALES	17268	17268	17268	17268	17268
Depreciación	3453.6	3453.6	3453.6	3453.6	3453.6
Depreciación Acumulada	3453.6	6907.2	10360.8	13814.4	17268
TOTAL	15294.60	23682.00	35523.00	47364.00	59205.00

FUENTE: Cuadro Estadístico 4.7

ELABORACIÓN: La Autor

5.2.4 MANTENIMIENTO DE FÁBRICA

La fábrica, para que se encuentre bien mantenida para sus operaciones diarias, requiere darle un mantenimiento al menos una vez al mes. Bajo esta consideración se ha establecido un rubro aproximado de los gastos que se realizarían en componentes como: edificaciones, maquinaria y equipos. Para la proyección a cinco años se tomó en cuenta un índice inflacionario de 3.40%.

5.2.5 GASTOS POR DE CONSTITUCIÓN

Es el pago de los derechos que la empresa debe realizar para poder funcionar legalmente, estos pagos se los realizara por una sola vez hasta que la empresa inicie su funcionamiento.

CUADRO N° 5.12.

Determinación de gastos de constitución

CONCEPTO	VALOR
Estudio Técnico	800
Registro Único de contribuyentes	50
Registro Sanitario	400
Ordenanza Municipal	30
Gasto de puesta en Marcha	250
TOTAL	1.530.00

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

5.2.6 AMORTIZACIÓN GASTOS DE CONSTITUCIÓN

Esta amortización se refiere a gastos pre-operacionales incurridos, como son la constitución de la empresa y los estudios de factibilidad. Esta amortización se la realiza para un período de 5 años, en proporciones iguales.306.00.

CUADRO N° 5.13.

Amortización Gastos de Constitución

AMORTIZACIÓN GASTOS DE CONSTITUCIÓN	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
CONCEPTO	0	0	0	0	0
Gasto de Constitución	306	306	306	306	306
TOTAL	306	306	306	306	306

FUENTE: Cuadro Estadístico
ELABORACIÓN: La Autora

5.2.7 RESUMEN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS

Los Gastos de Administración corresponden a los costo necesarios para realizar la gestión de la empresa, entre los cuales tenemos: Sueldos administrativos, servicios básicos, materiales de oficina, mantenimiento equipo de oficina y cómputo.

CUADRO N° 5.14.

Resumen de los Gastos Administrativos

GASTOS ADMINISTRATIVOS	Valor Mensual	Valor Anual
DETALLE		
Sueldos al personal	1011.15	13513.80
Suministros de oficina	5.00	60.00
Servicios Básicos	25.00	300.00
Mantenimiento equipos de computación	80.00	160.00
TOTAL	1121.15	14033.80

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

5.2.8 GASTOS DE VENTAS

Los gastos de ventas corresponden a aquellos producidos por la ejecución de la función de ventas como es la publicidad. Por ser una empresa nueva y tener que enfrentar a una gran competencia, se ha determinado unos 500 dólares por mes de publicidad a través de diferentes medios, con el fin de hacerse conocer entre los consumidores, a través de volantes, cuñas radiales, TV y tarjetas de presentación. Valor que se mantendría por la vida útil de 5 años establecida para el proyecto.

CUADRO N° 5.15

Proyección de gasto publicidad

GASTOS DE VENTAS	Valor Mensual	Valor Anual
DETALLE		
Sueldo en Ventas	404.46	5453.52
Publicidad	500.00	6000.00
Combustible y Mantenimiento vehículo	250.00	3000.00
TOTAL	1154.46	14453.52

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

5.3 CAPITAL DE ARRANQUE DEL PROYECTO

Es el capital mínimo necesario con el cual contará la empresa para el inicio de sus actividades productivas. Se refiere al financiamiento del proceso operacional y productivo antes de percibir sus primeros ingresos. Para el caso de la empresa en creación, se estima que el capital de trabajo necesario será para un mes.

CUADRO N° 5.17.

Capital de Trabajo

CONCEPTO	Mensual
Materia Prima Directa	0
Mano de Obra Directa	808.92
Gastos Generales de Fabricación	15089.61
Gastos de Administración	1121.15
Gastos de Ventas	1154.46
	18174.14

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

5.4 CÁLCULO DEL COSTO DE OPORTUNIDAD

El cálculo del costo de oportunidad del proyecto se lo obtendrá de acuerdo a la inversión fija que por condición de donación se les considera como aporte propio ya que están disponibles para iniciar la empresa industrial, además la inversión variable que sirve para cubrir los costos y gastos iniciales en los primeros dos meses para el normal funcionamiento de las operaciones de la empresa industrial son:

5.4.1 COSTO DE OPORTUNIDAD DE LA INVERSIÓN

El costo de oportunidad de la inversión inicial en efectivo equivale a la inversión variable de 18,174.14 y al aporte de la inversión fija por 132,378.00 montos que ya están disponibles para iniciar el proyecto.

Para el cálculo del Costo de Capital se utiliza una tasa ponderada 4.5% que corresponde a la tasa pasiva referencial del mercado financiero a febrero del año 2010.

CUADRO Nº 5.18.

COSTO DE LA INVERSIÓN

DESCRIPCIÓN	VALOR	TASA	VALOR
		PONDERACIÓN	PONDERADO
INVERSIÓN PROPIA	150,552.14	4.5	7056.63

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

5.5 ESTADOS FINANCIEROS PROFORMA

5.5.1 ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

El balance inicial se labora al iniciar las operaciones de la microempresa agroindustrial, es la presentación ordenada de los valores, registrando con lo que se cuenta para comenzar las actividades y su normal funcionamiento.

CUADRO Nº 5.19.

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS CORRIENTES						
Bancos	150,552.14	104,829.03	168,945.92	234,367.42	301,172.93	369,383.52
TOTAL DE ACTIVOS CORRIENTES	150,552.14					
ACTIVOS FIJOS		132,378.00	132,378.00	132,378.00	132,378.00	132,378.00
TERRENO		10,500.00	10,500.00	10,500.00	10,500.00	10,500.00
VEHÍCULO		35,000.00	35,000.00	35,000.00	35,000.00	35,000.00
Depreciación Acumulada		7,000.00	14,000.00	21,000.00	28,000.00	35,000.00
EDIFICIO		45,000.00	45,000.00	45,000.00	45,000.00	45,000.00
Depreciación Acumulada		2,250.00	4,500.00	6,750.00	9,000.00	11,250.00
MUEBLES Y ENSERES		2,610.00	2,610.00	2,610.00	2,610.00	2,610.00
Depreciación Acumulada		261.00	522.00	783.00	1,044.00	1,305.00
MAQUINARIA		20,700.00	20,700.00	20,700.00	20,700.00	20,700.00
Depreciación Acumulada		2,070.00	4,140.00	6,210.00	8,280.00	10,350.00
EQUIPO DE COMPUTO Y SISTEMAS		1,300.00	1,300.00	1,300.00	1,300.00	1,300.00
Depreciación Acumulada		260.00	520.00	780.00	1,040.00	1,300.00
Instalaciones Industriales		17,268.00	17,268.00	17,268.00	17,268.00	17,268.00
(-) Depreciación Instalaciones Industriales		3,453.60	6,907.20	10,360.80	13,814.40	17,268.00
TOTAL DE ACTIVOS FIJOS						
ACTIVO DIFERIDO						
Gastos de Constitución		1,224.00	918.00	612.00	306.00	0.00
TOTAL DE ACTIVOS	150,552.14	238,431.03	302,241.92	367,357.42	433,856.93	501,761.52
PASIVO						
PASIVOS CORTO PLAZO		26,311.81	27,125.18	27,892.95	28,672.98	29,465.08
Cuentas X Pagar 15% Participación Trabajadores		10,887.64	11,224.21	11,541.91	11,864.68	12,192.45
Cuentas X Pagar 25% Impuesto Renta		15,424.16	15,900.97	16,351.04	16,808.30	17,272.63
TOTAL PASIVO						
TOTAL CAPITAL						
Capital	150,552.14	150,552.14	150,552.14	150,552.14	150,552.14	150,552.14
Utilidad del Ejercicio		46,272.49	47,702.91	49,053.13	50,424.89	51,817.89
Utilidad Acumulada			46,272.49	93,975.40	143,028.52	193,453.41
(-) Depreciación Acumulada		15,294.60	30,589.20	45,883.80	61,178.40	76,473.00
TOTAL PASIVO Y CAPITAL	150,552.14	212,119.23	275,116.74	339,464.46	405,183.95	472,296.44
TOTAL Ps + Pt.	150,552.14	238,431.03	302,241.92	367,357.42	433,856.93	501,761.52

FUENTE: Cuadro Estadístico Nº 4.2.
ELABORACIÓN: La Autora.

5.5.2 ESTADO DE RESULTADOS INTEGRALES

El Estado de Pérdidas y Ganancias proyectado muestra las gestiones y operaciones que realicen las empresas. Tiene por finalidad encontrar utilidad o pérdida al término de un año económico, esto depende de las decisiones y acciones que se hayan determinado, como se muestra a continuación:

CUADRO Nº 5.20.

Estado de Pérdidas y ganancias, proyectado

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS PROYECTADAS	311,192.64	320,528.42	330,144.27	340,048.60	350,250.06
(-) COSTO DE PRODUCCIÓN	194,520.43	200,356.04	206,366.72	212,557.72	218,934.45
UTILIDAD BRUTA PROYECTADA	116,672.21	120,172.38	123,777.55	127,490.88	131,315.60
GASTOS ADMINISTRATIVOS	14,033.80	14,567.49	15,295.86	16,060.66	16,863.69
SUELDOS Y SALARIOS	13,513.80	14,189.49	14,898.96	15,643.91	16,426.11
DEPRECIACIÓN					
SUMINISTROS OFICINA	60.00	63.00	66.15	69.46	72.93
SERVICIOS BÁSICOS	300.00	315.00	330.75	347.29	364.65
Mantenimiento equipo computo	160.00				
GASTOS DE VENTAS	14,453.52	15,176.20	15,935.01	16,731.76	17,568.34
SUELDOS Y SALARIOS	5,453.52	5,726.20	6,012.51	6,313.13	6,628.79
PUBLICIDAD Y PROPAGANDA	6,000.00	6,300.00	6,615.00	6,945.75	7,293.04
COMBUSTIBLE Y LUBRICANTES	3,000.00	3,150.00	3,307.50	3,472.88	3,646.52
UTILIDAD OPERACIONAL PROYECTADA	88,184.89	90,428.69	92,546.68	94,698.46	96,883.57
(-) Depreciación	15,294.60	15,294.60	15,294.60	15,294.60	15,294.60
(-) Gastos diferidos	306.00	306.00	306.00	306.00	306.00
(=) UTILIDAD ANTES PARTICIPACIÓN EMPLEADOS E IMPUESTO RENTA	72,584.29	74,828.09	76,946.08	79,097.86	81,282.97
(-) 15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	10,887.64	11,224.21	11,541.91	11,864.68	12,192.45
(=) UTILIDAD ANTES DE IMP. RENTA	61,696.65	63,603.88	65,404.17	67,233.18	69,090.52
(-) 25% IMPUESTO A LA RENTA	15,424.16	15,900.97	16,351.04	16,808.30	17,272.63
(=) UTILIDAD NETA PROYECTA	46,272.49	47,702.91	49,053.13	50,424.89	51,817.89

FUENTE: Cuadro Estadístico Nº 4.2.

ELABORACIÓN: La Autora.

5.5.3 FLUJO DE CAJA

El flujo de caja refleja las entradas y salidas de efectivo, derivada de los ingresos y egresos proyectados que la empresa genere. Constituye el circulante que tiene la empresa para seguir operando. En definitiva, se trata de estimaciones de entrada y salida de efectivo, siendo una referencia importante que nos permite evaluar la liquidez o solvencia en que se encuentra la empresa.

CUADRO Nº 5.21.

Flujo de Caja Proyectado

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS		311.192,64	320.528,42	330.144,27	340.048,60	350.250,06
Ventas		311.192,64	320.528,42	330.144,27	340.048,60	350.250,06
EGRESOS		249.319,55	257.224,91	265.490,54	274.023,12	282.831,56
Inversión	150.552,14					
COSTOS OPERATIVOS		194.520,43	200.356,04	206.366,72	212.557,72	218.934,45
GASTOS ADMINISTRATIVOS		14.033,80	14.567,49	15.295,86	16.060,66	16.863,69
GASTOS DE VENTAS		14.453,52	15.176,20	15.935,01	16.731,76	17.568,34
(-)15% PARTICIPACIÓN A TRABAJADORES		10.887,64	11.224,21	11.541,91	11.864,68	12.192,45
(-) 25% IMPUESTO A LA RENTA		15.424,16	15.900,97	16.351,04	16.808,30	17.272,63
Recuperación (Venta de activos + Capital trabajo)						71.125,34
Flujo de Caja Neto	-152.082,14	61.873,09	63.303,51	64.653,73	66.025,48	67.418,50
Flujo de Caja Acumulado	-152.082,14	-90.209,05	-26.905,54	37.748,19	103.773,67	171.192,17

FUENTE: Cuadro Estadístico Nº 4.2.

ELABORACIÓN: La Autora.

5.6 EVALUACIÓN FINANCIERA

La Evaluación Financiera es aquella que analiza los beneficios netos que se obtendrán del proyecto en ejecución, que debe estar sustentado teóricamente y que será económicamente rentable, para ello se cuenta con las siguientes técnicas e instrumentos de evaluación:

5.6.1 CALCULO DEL VAN

Este muestra la rentabilidad en términos del dinero con poder adquisitivo presente y permite avizorar si es o no pertinente la inversión en el horizonte de la misma. Es el valor monetario que resulta de restar la inversión inicial la suma de flujos de efectivo descontados. Los resultados pueden dar: VAN mayor que cero, se considera una inversión atractiva; VAN igual a cero, significa no viable la inversión; y, si el VAN es menor que cero, significa que el proyecto no generará rentabilidad y por tanto la inversión no será factible de realizar.

VAN > 0 ; VIABLE
VAN = 0 ; INDIFERENTE
VAN < 0 ; NO ES VIABLE

El VAN se determino, calculando el valor de los flujos de caja presentes y futuros para los 5 años del horizonte del proyecto, originados por la inversión. Para esto se actualiza los flujos futuros a través de la tasa de descuento, a este valor se le resta la inversión inicial, de tal modo que el valor obtenido es el valor actual neto del proyecto, que este caso nos indica va a recuperar la inversión.

Matemáticamente se determina con la siguiente fórmula:

$$VAN = \frac{\text{Flujo Año 1}}{(1+i)^1} + \frac{\text{Flujo Año 2}}{(1+i)^2} + \frac{\text{Flujo Año 3}}{(1+i)^3} + \frac{\text{Flujo Año 4}}{(1+i)^4} + \frac{\text{Flujo Año 5}}{(1+i)^5} - \text{Inversión}$$

VALOR ACTUAL NETO (VAN)

$$VAN = 132.747.78$$

El Valor Actual Neto del presente proyecto es de 132.747.78 positivo, a una tasa del 4.5%, que nos muestra que el proyecto es rentable, lo que significa que se justifica la inversión.

El proyecto resulta ser factible por cuanto el VAN es positivo, siendo por lo tanto, factible la creación de la microempresa de agua embotellada.

5.6.2 CÁLCULO DEL TIR

La tasa interna de retorno, nos muestra la rentabilidad que devuelve el proyecto durante su vida útil, tomando en cuenta los flujos de caja proyectados y se obtienen dos VAN, un positivo y un negativo. Para el cálculo se consideran el VAN obtenido que es positivo y calculamos el VAN negativo con una tasa de descuento superior.

$$TIR = Ti + \left(\frac{(Ts - Ti) \times VAN Ti}{VAN Ts - VAN Ti} \right)$$

TIR= 32%

TIR > COSTO DE OPORTUNIDAD; VIABLE
TIR = COSTO DE OPORTUNIDAD, INDIFERENTE
TIR < COSTO DE OPORTUNIDAD; NO VIABLE

La Tasa Interna de Retorno es de 32 %, superior a la tasa pasiva de las instituciones financieras, esto significa que el proyecto es rentable.

La tasa Interna de Retorno es un indicador de rentabilidad del proyecto lo que demuestra que en este caso relacionando la TIR con la tasa pasiva

de las Instituciones financieras es superior lo que demuestra que el proyecto debe ser aceptado.

5.6.3 COSTO/BENEFICIO

Es la relación entre los flujos incrementales positivos, con los flujos incrementales negativos.

$$\frac{\sum \langle B \div (1 + i)^n \rangle}{\sum \langle C \div (1 + i)^n \rangle}$$

$B / C = \frac{E \text{ Ingresos} / (1 + i)^n}{E \text{ Egresos} / (1 + i)^n}$
--

$$B/C = \frac{1446823.92}{1163523.99}$$

B/C = 1,24

El Beneficio-Costo es mayor a 1, lo cual refleja que tenemos un adecuado retorno de los ingresos en función de los egresos en los flujos de caja.

R; B/C > A uno; VIABLE
R; B/C = A 1; INDIFERENTE
R; B/C < A 1; NO VIABLE

5.6.4 PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL

El tiempo de recuperación de la inversión es importante conocerlo, es la evaluación financiera que nos permite conocer en qué tiempo se recuperará la inversión del proyecto, para poder tomar la decisión de si se realiza o no dicha inversión.

Sumatoria de Flujos netos	323274,31	5 años
Total Inversión	150,552.14	x
	2.3285	Años

El proyecto se muestra totalmente ambicioso, por cuanto la inversión es recuperada en corto tiempo (dos años 4 meses aproximadamente).

5.6.5 PUNTO DE EQUILIBRIO

De acuerdo al volumen de ventas, se puede establecer el punto de equilibrio, que significa el nivel de producción en el cual la empresa no tenga ni pérdida ni ganancia, únicamente se recuperan los costos. En este punto el valor del costo total es igual al valor del ingreso por ventas. A partir del punto de equilibrio, cualquier producción y ventas adicionales le dejarán a la empresa un nivel de ganancias. Antes de aplicar la fórmula correspondiente al punto de equilibrio, se realiza la siguiente clasificación de costos fijos y costos variables.

CUADRO Nº 5.22.

Clasificación de costos fijos y variables

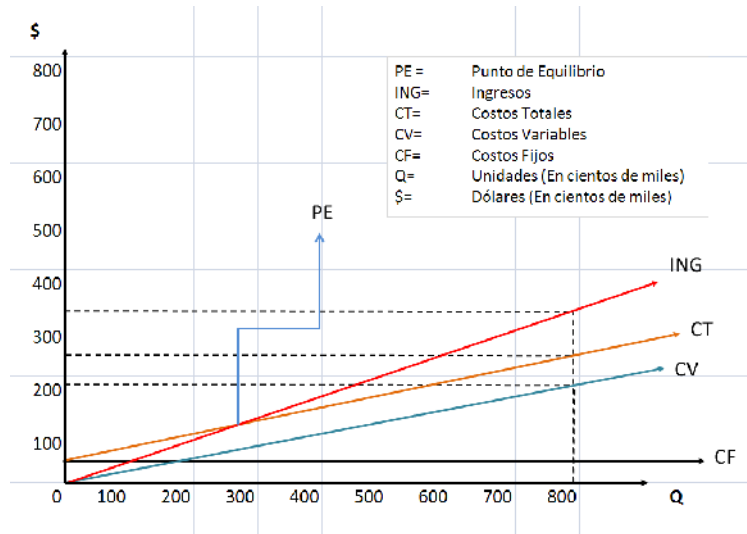
COSTOS Y GASTOS	VARIABLE	FIJO	TOTAL
Materias Primas	0		0
Mano de Obra Directa	11147.04		11147.04
Costos Indirectos de Producción	183373.39		183373.39
Sueldos y Salarios administrativos		13513.80	13513.80
Gastos de ventas		18174.14	5453.52
Depreciación de activos		15294.60	15294.60
Mantenimiento de fábrica		1050.12	1050.12
Gasto Publicidad		6000.00	6000.00
Servicios Básicos y otros gastos		709.20	709.20
Amortización Activo Diferido		306.00	306.00
TOTAL	194520.4267	42327.24	236847.667

FUENTE: Cuadro Estadístico Nº 4.2.

ELABORACIÓN: La Autora.

$$PE \$ = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ventas}}} = 112896,852$$

Presentación gráfica del punto de equilibrio



Al vender \$ 112896,85 dólares el proyecto no obtiene ganancias ni pérdida, ya que alcanza a cubrir exactamente su nivel de costos totales, esto es en el primer año de funcionamiento del negocio.

5.6 RESUMEN DE EVALUACIÓN FINANCIERA

El propósito de realizar el resumen de indicadores de evaluación financiera es para tener una perspectiva general de las condiciones de factibilidad del proyecto.

CUADRO 5.23.

Indicadores de Evaluación Financiera

INDICADOR	VALOR	CONCLUSIÓN
Valor Actual Neto	132747.78	VIABLE
Tasa Interna de Retorno	32%	VIABLE
Costo / Beneficio	1.24	VIABLE
Punto de equilibrio	112896,85	VIABLE
Período de Recuperación de la Inversión	2,3285	VIABLE

FUENTE: Cálculo de Evaluadores Financieros

ELABORACIÓN: La Autora

CAPÍTULO VI

6. ESTRUCTURA ORGÁNICA Y FUNCIONAL DE LA EMPRESA

6.1. TIPO DE EMPRESA

- La Ley de Compañías en su Art. 2.- manifiesta: “Hay cinco especies de compañías de comercio, a saber:
- La compañía en nombre colectivo;
- La compañía en comandita simple y dividida por acciones;
- La compañía de responsabilidad limitada;
- La compañía anónima; y,
- La compañía de economía mixta.

Estas cinco especies de compañías constituyen personas jurídicas”.

Del análisis realizado a los diferentes tipos de compañías, se determina que, la que más se ajusta a los requerimientos y finalidades de la empresa que se formará es la Compañía de Responsabilidad Limitada.

Así pues, la mejor alternativa que permita formalizar adecuadamente la planta embotelladora de agua, es mediante la creación de una empresa de responsabilidad limitada, en el recinto El Guadual, parroquia Alto Tambo provincia de Esmeraldas, para ofertar un producto elaborado con responsabilidad social.

6.2 NOMBRE Y LOGOTIPO

Es un elemento que forma parte de la marca que coadyuva a una identificación y reconocimiento del producto



6.3 ETIQUETA

Agua tratada y desinfectada

Análisis Físico Químico y Microbiológico
PARÁMETROS UNIDADES RESULTADOS
Ph-6,75 Color U.Pt-Co0
Turbiedad N.T.U. 0,23 S.T.D.mg/1197
Alcalinidad T.mg/1165 Dureza Total mg/1155
Cloro residual mg/10,4 Coliformes T.UCF/100 ml 0
Coliformes F.UCF/100 ml 0

AGUALITA

500 ml.

Agua potabilizada y embotellada bajo norma INEN.
Consérvese en un lugar fresco y seco luego de abierto consumir en el menor tiempo.
Contenido Neto: 500ml
Ibarra - Ecuador
Telf:

La calidad, nuestro compromiso...!

La calidad, nuestro compromiso

Junto a tí en todo momento!!

6.4 ELEMENTOS ESTRATÉGICOS

6.4.1. MISIÓN

“Somos una Institución privada, dedicada a la industrialización y comercialización de agua embotellada actuando con conciencia social, laboral, cultural y ecológica, confiados en proporcionar un producto de calidad a la población de Carchi, Imbabura y Esmeraldas.”

6.4.2 VISIÓN

“Aspiramos ser una Institución líder a nivel regional, en la producción y comercialización de agua embotellada, ofertando un producto de calidad aportando al progreso y desarrollo del sector productivo en la zona de influencia.”

6.2.3. OBJETIVOS

Los objetivos de la compañía son:

- Producir agua embotellada de acuerdo a las normas de calidad enmarcada en parámetros técnicos para satisfacer al cliente interno y externo
- Generar utilidades mínimo en un 25% anual.
- Realizar innovaciones y diversificar los productos.
- Mantener la calidad en los productos.

6.2.4. POLÍTICAS DE LA EMPRESA

La empresa operará enmarcada en las siguientes políticas:

- Los clientes internos y externos son los más importantes.
- La satisfacción del cliente.
- Mantenimiento de un programa de capacitación trimestral para el talento humano.

- Mantener un programa permanente de auto evaluación institucional.
- Producir con eficiencia y eficacia.
- Ejecución de un programa de incentivos para el Talento Humano.
- La seguridad industrial es un factor importante para la empresa.

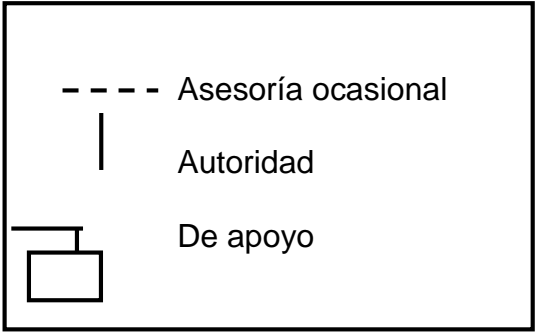
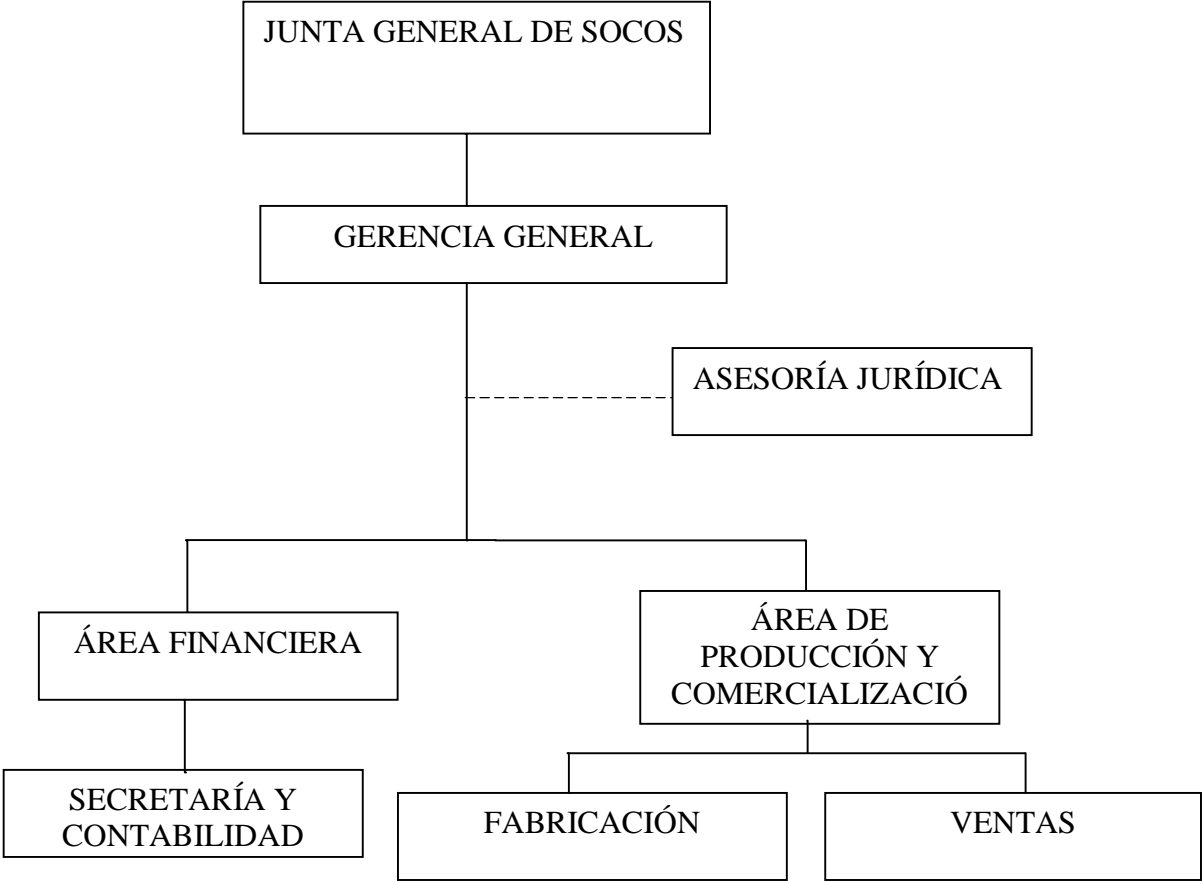
6.2.5. VALORES CORPORATIVOS

- RESPONSABILIDAD SOCIAL asumimos el compromiso del servicio social y cultural de la comunidad (producto sano).
- EQUIDAD SOCIAL Brindamos un trato igualitario a los trabajadores y sociedad en general.
- TRANSPARENCIA Daremos fiel cumplimiento a las normas legales vigentes.
- RESPETO AL AMBIENTE Actuamos con responsabilidad y conciencia ecológica.
- TRABAJO EN EQUIPO Apoyamos toda iniciativa de mejora y trabajo mancomunado.

6.2.6 ESTRUCTURA ORGÁNICA

La estructura orgánica de la empresa, es vertical que evidencia la lógica de la línea de mando, y los medios de control y dirección. Conforme crezca la empresa se deberá ampliar la estructura organizativa, acorde a las necesidades de la compañía.

ORGANIGRAMA



6.3 ESTRUCTURA FUNCIONAL

6.3.1 NIVELES ESTRUCTURALES

La estructura orgánico-funcional de la Empresa “AGUALITA” Cía. Ltda. Estará formada de la siguiente manera.

- Nivel Legislativo.
- Nivel Ejecutivo.
- Nivel Asesor.
- Nivel Auxiliar; y,
- Nivel Operativo.

6.3.1.1 Nivel Legislativo o Superior.

El nivel Legislativo o Superior está compuesto por los socios de la compañía que conforman La Junta General de Socios y son responsables de la planificación, normativa y toma de decisiones.

6.3.1.2 Nivel Ejecutivo.

Este nivel Directivo o Ejecutivo está integrado por el Gerente de la compañía, quien es responsable de dirigir, orientar, conducir y supervisar la ejecución de las políticas, y las actividades de la empresa.

6.3.1.3 Nivel Asesor

El nivel asesor está conformado por la unidad de Asesoría Jurídica, constituye la instancia de consulta, consejo o asesoramiento, en la toma de decisiones, su relación de autoridad es indirecta respecto a las unidades de mando de línea u operación, su función se canaliza a través del Gerente.

6.3.1.4 Nivel auxiliar.

El nivel auxiliar está integrado por la unidad de contabilidad y secretaria, que realizará las funciones de apoyo necesarias para el cumplimiento de las actividades de la compañía.

6.3.1.5 Nivel Operativo.

Nivel operativo que lo integran las unidades de producción venta, diagnóstico, serán los responsables de ejecutar los planes para cumplir con los objetivos y metas que se ha trazado la compañía.

6.3.2 MANUAL DE FUNCIONES

6.3.2.1 NIVEL LEGISLATIVO

Junta General de Socios.

Está constituido por los socios de la compañía y serán los responsables de la conducción de la misma, hacia la obtención de los objetivos que ella persigue, que es la producción y venta de agua embotellada. Su función básica es legislar las políticas que debe seguir la empresa, aprobar la planificación y las metas anuales, normar los procedimientos, dictar reglamentos internos, nombrar al Gerente y tomar decisiones sobre la marcha de la organización.

Funciones:

A La Junta General de Socios le corresponde las siguientes funciones y atribuciones:

- Designar y remover al gerente y fijar su remuneración;
- Aprobar las cuentas y los balances que presente el gerente;
- Resolver la forma de reparto de utilidades;
- Resolver la amortización de los aportes sociales;

- Convenir en la cesión de los aportes sociales y en la admisión de nuevos socios;
- Decidir el aumento o disminución del capital y la prórroga del contrato social;
- Resolver, si en el contrato social no se establece otra cosa, el gravamen o la enajenación de inmuebles propios de la compañía;
- Resolver la disolución anticipada de la compañía;
- Acordar la exclusión del socio por las causales previstas en el Art. 82 de esta Ley que son las siguientes:
 - a. El socio administrador que se sirve de la firma o de los capitales sociales en provecho propio; o que comete fraude en la administración o en la contabilidad; o se ausenta y, requerido, no vuelve ni justifica la causa de su ausencia;
 - b. El socio que interviniera en la administración sin estar autorizado por el contrato de la compañía;
 - c. El socio que constituido en mora no hace el pago de su cuota social.
 - d. El socio que quiebra; y,
 - e. En general, los socios que falten gravemente al cumplimiento de sus obligaciones sociales.
 - f. El socio excluido no queda libre del resarcimiento de los daños y perjuicios que hubiere causado.
- Disponer que se entablen las acciones correspondientes en contra del gerente;
- En caso de negativa de la junta general, una minoría representativa de por lo menos un veinte por ciento del capital social, podrá recurrir al juez para entablar las acciones indicadas en esta letra;
- Las demás funciones que no estuvieren otorgadas en esta Ley o en el contrato social a los gerentes, administradores u otro organismo;

- Aprobar los planes, programas, presupuestos anuales y sus reformas y responsabilizar al gerente por su ejecución;
- Autorizar la celebración de actos y contratos relativos al giro de la compañía cuya cuantía no exceda de 20.000 dólares;
- Autorizar la venta o hipoteca de bienes de la compañía;
- Interpretar o reformar el estatuto y resolver aumentos o disminuciones de capital social, de acuerdo con las disposiciones legales pertinentes; y,
- Aprobar las políticas, reglamentos internos, manuales, instructivos, procedimientos, etc.

6.3.2.2 NIVEL EJECUTIVO

Gerente

El gerente es la máxima autoridad ejecutiva y representante legal de la compañía, será designado por la junta general de socios y ejercerá sus funciones por el periodo de tres años, pudiendo ser reelegido. Será responsable de la administración de la compañía, determinará las estrategias, organizará el trabajo, administrará al personal, implantará sistemas: de motivación, de información, de decisiones, de control. Jerárquicamente dependerá de la junta general de socios.

Funciones:

- Representar judicial y extrajudicialmente a la compañía;
- Convocar a las sesiones de Junta General de Socios y actuar como secretario;
- Formular los planes y programas que debe cumplir la compañía y someterlos a aprobación de La Junta General de Socios;
- Dirigir y coordinar las actividades de la compañía y velar por la correcta y eficiente marcha de la misma;

- Presentar hasta el 30 de noviembre de cada año el presupuesto y el flujo de fondos para el próximo ejercicio económico, para la aprobación de La Junta General de Socios;
- Gestionar préstamos y efectivizarlos, previo la autorización de La Junta General de Socios;
- Seleccionar, contratar y remover al personal de la compañía previo conocimiento de La Junta General de Socios;
- Coordinar los programas de capacitación del personal;
- Someter a la aprobación de La Junta General de Socios el orgánico estructural y funcional de la compañía, reglamentos internos, manuales, y sus modificaciones y velar por su aplicación;
- Negociar la compra de vehículos usados previo el diagnóstico respectivo;
- Supervisar el trabajo de todas las dependencias;
- Presentar con la oportunidad del caso, los estados financieros a La Junta General de Socios para su aprobación y luego enviar a la Superintendencia de Compañías;
- Ejecutar las decisiones que se tomen en La Junta General de Socios;
- Cumplir y hacer cumplir las disposiciones de las leyes dentro del ámbito de la compañía;
- Supervisar que se realicen los pagos de impuestos en los plazos establecidos;
- Administrar de forma eficiente y efectiva los recursos de la compañía;
- Supervisar permanentemente las instalaciones de la compañía que se mantengan en excelentes condiciones de funcionamiento; y,
- Las demás funciones que le fueran asignados por La Junta General de Socios.

Requisitos del cargo

Estudios superiores en administración, Economía, Contador Auditor

Capacitación en administración y gestión del Talento Humano

Capacitación en formación de empresa

Competencias técnicas del puesto

- Generación de ideas
- Habilidad analítica (análisis de prioridad, criterio lógico sentido común)
- Inspección de productos o servicios
- Manejo de recursos financieros.
- Pensamiento estratégico
- Pensamiento crítico
- Juicio y toma de decisiones.
- Monitoreo y control.

6.3.2.3 NIVEL ASESOR

Asesoría Jurídica

Servicio que llevará adelante un perito en materia jurídica contratado por la compañía con la finalidad de dar asesoramiento y ayudar a la gerencia y a La Junta General de Socios en asuntos jurídicos de la compañía.

Funciones.

- Asesorar a La Junta General y al Gerente en asuntos de orden jurídico para la toma de dediciones;
- Programar, organizar, dirigir, coordinar y controlar las actividades relacionadas con el patrocinio legal y contrataciones de la compañía;
- Intervenir en los trámites legales, judiciales y extrajudiciales que le compete a la compañía;

- Mantener informado permanentemente a la gerencia sobre los aspectos legales, judiciales y extrajudiciales; y,
- Las demás funciones que le fueren encomendadas.

Requisitos del cargo

- Estudios en derecho.
- Experiencia en manejo legal y tributario.

Competencias técnicas del puesto

- Pensamiento crítico
- Orientación y asesoramiento.
- Expresión escrita.

6.3.2.4 NIVEL AUXILIAR

Secretaria contadora

Esta unidad es la encargada del manejo y control de las comunicaciones internas y externas como su archivo, brindar apoyo en ciertos aspectos administrativos coordinados por la gerencia; también es la encargada de elaborar los estados financieros de forma oportuna y razonable, jerárquicamente depende del gerente.

Funciones:

- Velar por el orden, seguridad y privacidad de los documentos de la compañía;
- Preparar la documentación y los informes que correspondan a la gerencia;
- Recibir las llamadas telefónicas y correos electrónicos e informar al gerente; así como realizar las llamadas telefónicas institucionales;
- Archivar correctamente la documentación;
- Orientar a los clientes que acuden a la gerencia, con buen trato y calidez;

- Programar, organizar, dirigir, ejecutar y controlar las actividades contables;
- Asesorar al Gerente y a La Junta General de Socios en aspectos contables;
- Presentar a la gerencia un informe diario de disponibilidad de efectivo;
- Elaborar los comprobantes de pago y los cheques para los pagos acompañando las facturas u otros documentos que los respalde, de los compromisos adquiridos legalmente por la compañía.
- Realizar las recaudaciones por las ventas de la compañía adjuntando toda la documentación que justifique y diariamente realizar un parte de recaudaciones y máximo al día siguiente realizar los depósitos en el banco;
- Registrar diariamente todas las transacciones en los registros contables basándose en el manual de contabilidad;
- Elaborar con la oportunidad del caso los estados financieros, sus anexos y notas aclaratorias y someterlos a la aprobación del gerente y La Junta General de Socios;
- Realizar los roles de pago mensuales de los servidores de la compañía y proceder a su pago;
- Cancelar al IESS, los aportes de los servidores de la compañía, realizar las actividades de agente de retención y proceder al pago de los impuestos de forma oportuna;
- Preparar conjuntamente con el gerente el presupuesto y el flujo de fondos hasta el 15 de octubre;
- Mantener de forma ordenada el archivo de contabilidad; y,
- Otras funciones que se le encomiende.

Requisitos del cargo

- Estudios en contable
- Conocimientos de secretariado
- Experiencia en el manejo contable
- Conocimientos de PCGA, NIC. Entre otras.

COMPETENCIAS TÉCNICAS DEL PUESTO - DESTREZAS

- Comprensión escrita
- Comprensión oral.
- Manejo de recursos financieros
- Manejo de recursos financieros.
- Pensamiento conceptual.

6.3.2.5 NIVEL OPERATIVO.

Trabajadoras /res

Es la encargada de realizar todo el proceso productivo desde el ingreso del agua a las instalaciones, la homogeneización, ozonización, envasado, etiquetado y almacenamiento.

Funciones:

- Verificar que el agua cumpla con la calidad establecida;
- Proceder a almacenar y homogeneizar;
- Ozonizar ;
- Proceder a envasar
- Controlar la calidad del agua.
- Etiquetar
- Embalar en grupos de 6 unidades
- Almacenar.

Requisitos del cargo

- Educación básica
- Tener conocimiento en sanidad, seguridad industrial, etc.
- Experiencia en la producción.

Competencias técnicas del puesto - destrezas

- Comprensión Oral.
- Comprobación.
- Detección de averías.
- Inspección de productos o servicios.

Distribución de agua

Actividad que le permite un trato personalizado de atención al cliente mediante la entrega y distribución del agua embotellada a las tiendas y supermercados de las provincias de Esmeraldas, Imbabura y Carchi.

Funciones

- Planifica la distribución en orden de prioridad, tomando en cuenta los pedidos de los clientes;
- Verificación de cantidad y estado del producto;
- Traslada el producto en condiciones optimas de conservación;
- Entrega del producto;
- Elabora y entrega las facturas;
- Cobra el dinero y/o cheques;
- Entrega de las copias de facturas y entrega en facturas;
- Realizar el mantenimiento necesario al vehículo;

6.4. ASPECTO LEGAL PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA

6.4.1. ASPECTO LEGAL

Para intervenir en la constitución de una compañía de responsabilidad limitada, se requiere de capacidad civil para contratar; lo que garantiza la creación de un ente jurídico y aspecto del cual gozan todos los socios interesados en crear la compañía;

La compañía de responsabilidad limitada podrá tener como finalidad la realización de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles permitidas por la ley; la que garantizará la creación de la empresa embotelladora de agua.

El capital de la compañía estará formado por las aportaciones de los socios y no será inferior al monto fijado por la Superintendencia de Compañías; esta dentro de las expectativas del capital que desean aportar los socios; el monto determinado por la Superintendencia de Compañías, según la resolución N.º 99.1.1.1.3008 de fecha 7 de septiembre de 1999, publicado en el Registro Oficial N° 278 del jueves 16 del mismo mes y año, que manifiesta que es 400 dólares como mínimo.

Al constituirse la compañía, el capital estará íntegramente suscrito, y pagado por lo menos en el cincuenta por ciento de cada participación. Las aportaciones pueden ser en numerario o en especie y, en este último caso, consistir en bienes muebles o inmuebles que correspondan a la actividad de la compañía. El saldo del capital deberá integrarse en un plazo no mayor de doce meses, a contarse desde la fecha de constitución de la compañía; lo que anima a los futuros socios para conformar el capital con dinero en efectivo y ciertos bienes que ellos dispongan y que son útiles para el funcionamiento de la compañía.

La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre tres o más personas y no debe pasar de 15, lo que se ajusta a los requerimientos de los futuros socios que son cinco;

Que los socios, solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social, aspecto que no involucra al patrimonio privado de cada socio ya que se pone en riesgo el patrimonio aportado;

La compañía entregará a cada socio un certificado de aportación en el que constará, necesariamente, su carácter de no negociable y el número de las participaciones que por su aporte le correspondan, lo que manifiestan los futuros socios que les da la seguridad de su capital y mantener el grupo de socios.

La participación que tiene el socio en la compañía de responsabilidad limitada es transferible por acto entre vivos, en beneficio de otro u otros socios de la compañía o de terceros, si se obtuviere el consentimiento unánime del capital social, aspecto importante que garantiza la sociedad y entra dentro de las expectativas que tienen.

La creación de la compañía se hará por escritura pública, acogiendo todos los aspectos legales que exige la Superintendencia de Compañías y las formalidades legales del Notario, y se inscribirá en el Registro Mercantil; lo que se formalizará la creación de un nuevo ente jurídico que garantice llevar adelante las actividades para la cual se crea la misma y además garantice los intereses y aspiraciones de los socios. El notario incorporará al protocolo o insertará en la escritura, el certificado del representante de la sociedad que acredite el cumplimiento del requisito referido en el inciso anterior. En el libro respectivo de la compañía se inscribirá la cesión y, practicada ésta, se anulará el certificado de aportación correspondiente, extendiéndose uno nuevo a favor del cesionario.

6.4.2 PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO

Prevía entrevista con el Gobierno Municipal de San Lorenzo y posteriormente con el jefe del departamento de Rentas se determinó que no existe ninguna dificultad para que se implemente una empresa de esta

naturaleza en este sector. Para el funcionamiento de la empresa es necesario contar con los siguientes requisitos:

- Registro único de contribuyente (RUC)
- Patente Municipal.
- Permiso de funcionamiento.
- Registro Sanitario.

Requisitos para obtener el registro único de contribuyentes.

- Cédula del representante legal.
- Copia del certificado de votación.
- Factura del pago de un servicio básico.

Requisitos para obtener la patente municipal por primera vez.

- Copia de la cédula y certificado de votación.
- Escrituras de la finca
- Copia del RUC
- Declaración juramentada del inicio de la actividad económica empresarial.
- Copia de la cédula de identidad del representante legal.
- Inscripción.

Requisitos para obtener el permiso de funcionamiento y el registro sanitario en el ministerio de salud pública

- Permiso de la Intendencia.
- Ficha de inspección.
- Permiso del cuerpo de bomberos.

- Copia del RUC
- Certificado de salud (Original y Copia)
- Copia de cédula y papeleta de votación del representante legal.

6.5 FORMACIÓN DE LA EMPRESA

Para la formación de la compañía se desarrollará aspectos fundamentales para la formación de la entidad legal y la celebración de la escritura de constitución.

- **Entidad legal.-** Se constituirá como compañía de responsabilidad limitada;
- **Socios.-** La compañía se conformará con cinco socias y socios en donde constaran los nombres y apellidos, estado civil, nacionalidad.

CUADRO Nº 6.1.

NOMINA DE SOCIOS

NOMBRES	APELLIDOS	ESTADO CIVIL	NACIONALIDAD	DIRECCIÓN
Delia María	Navarrete Torres	Viuda	Ecuatoriana	Recinto El Guadual. Esmeraldas
Silvia Yolanda	Tituaña Navarrete	Soltera	Ecuatoriana	Carmela Granja y pasaje A, Ibarra
Edwin Edison	Tituaña Navarrete	Casado	Ecuatoriana	Chica Narváez 2-28 Ibarra.
Betty del Rosario	Romero Tituaña	Divorciada	Ecuatoriana	Carmela Granja y Pasaje A. Ibarra
Silvia Elizabeth	Romero Tituaña	Soltera	Ecuatoriana	Carmela Granja y Pasaje A. Ibarra
Nila Aidé	Tituaña Navarrete	Divorciada	Ecuatoriana	Carmela Granja y Pasaje A. Ibarra
Luis Alberto	Caicedo Rodríguez	Soltero	Ecuatoriana	Recinto El Guadual. Esmeraldas
Enmanuel	Yépez Chamorro	Soltero	Ecuatoriana	José Nicolás Hidalgo y 13 de Abril 4-19
José Luis	Monje	Soltero	Ecuatoriana	Sánchez y -Cifuentes y García Moreno
Jenny Cecybel	Tapia Tituaña	Soltera	Ecuatoriana	Cdla. 19 de enero

Obligaciones Sociales.- Los socios responderán individualmente hasta por el monto de sus aportaciones; en este caso es de 15.055, dólares cada socio.

Desarrollo de las Actividades.- Las actividades de producción y comercialización del producto de la compañía se desarrollaran con el nombre de “AGUALITA”

Objetivo social.- Producir y comercializar agua embotellada

Capital.- Las aportaciones de cada uno de los socios serán de \$15.055, dando un total de capital social de us”150,552.14 los mismos que serán divididos en aportaciones de US\$ 1.500,00 dólares cada una, por lo tanto el capital social se conformará de 100 participaciones.

Suscripción y pago de las aportaciones.- Los socios suscribirán 10 participaciones cada uno y el pago se realizará en efectivo, en el momento de la conformación de la compañía.

Tiempo para la que se constituye.- La compañía tendrá una duración de 50 años.

Domicilio.- EL domicilio será la República del Ecuador, Provincia de Esmeraldas, Cantón San Lorenzo, Parroquia Alto Tambo, Comunidad de El Guagual sector rural.

Cuenta Bancaria.- Se abrirá una cuenta bancaria a nombre de la compañía en formación;

Fondo de reserva.- Se creará un fondo de reserva de hasta el 20% del capital social;

Participación de los socios.- Es transferible por acto entre vivos, en beneficio de otro u otros socios de la compañía o de terceros, si se obtuviere el consentimiento unánime del capital social;

Las deliberaciones se realizarán democráticamente, dando oportunidad de expresarse a todos los accionistas y las decisiones se tomarán por mayoría, las convocatorias a Junta General de Accionistas se realizará por escrito por parte del gerente con 4 días de anticipación, pudiendo ser convocatorias ordinarias o extraordinarias.

La creación de la compañía se realizará por medio de una escritura pública, en la cual se establecerá todo lo expuesto en los puntos anteriores y todo lo que obligue la ley de Compañías para este tipo de empresa;

Esta escritura será aprobada por el Superintendente de Compañías y se publicará el extracto de la escritura en un periódico de la ciudad de Ibarra;

Inscripción en el Registro Mercantil.- Con la autorización del Superintendente se procederá a inscribir legalmente la compañía;

Estatutos.- Con la aprobación y la inscripción de la escritura se procederá a elaborar los estatutos de la compañía para la aprobación respectiva de la Superintendencia de Compañías; y,

Los demás pactos lícitos y condiciones especiales que los socios juzguen conveniente establecer, siempre que no se opongan a lo dispuesto en esta Ley.

CAPÍTULO VII

7. ANÁLISIS DE IMPACTOS

Se sustenta la investigación realizada con el análisis técnico de impactos, utilizando una matriz de impactos la que funciona con la asignación de una calificación a los componentes del entorno o indicadores en los que se está trabajando, para lo cual se emplea la siguiente escala de medición:

Cuadro N° 7.1.

Escala de Medición de Impactos

IMPACTO	Negativo				Positivo		
Calificación	-3	-2	-1	0	1	2	3
Niveles	Alto	Medio	Bajo	No presenta impacto	Bajo	Medio	Alto

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: La Autora

Aplicando el siguiente procedimiento se analizaron los impactos económico, social, empresarial y ecológico; proceso que se detalla a continuación:

- Señalar el impacto a evaluarse
- Estructurar una base de indicadores, los que se calificaran de acuerdo a la escala de medición de impactos.
- Analizar la matriz aplicando la siguiente fórmula:

$$Nivel\ de\ Impacto = \frac{\sum de\ impactos}{Número\ de\ impactos}$$

7.1. Impacto Económico

Cuadro Nº 7.2.

Matriz de Impacto Económico

Indicadores	Negativo				Positivo				+	-	Σ
	-3	-2	-1	0	1	2	3				
Generación de Empleos						x		1			2
Nivel de ingresos						x		1			2
Creación de Proyectos Alternativos							x	1			3
Desarrollo del sector						x		1			2
Impactos Positivos						3	1	4			
Impactos Negativos										0	
Sumatoria de Impactos						6	3				9

FUENTE: Investigación directa
ELABORACIÓN: La Autora

$$\text{Nivel de Impacto (Económico)} = \frac{9}{4}$$

$$\text{Nivel de Impacto (Económico)} = 2,25 \longrightarrow \text{Impacto Medio Alto Positivo}$$

El puntaje de la matriz de impacto económico se encuentra en el nivel medio positivo con 2 y se aproxima al nivel alto con 0,25; lo cual significa, que la creación de la empresa propuesta en el presente proyecto, generará fuentes de trabajo, mitigando así el desempleo, mejorando el nivel de ingresos del sector, permitiendo el desarrollo del mismo; y, contribuyendo a la creación de proyectos alternativos.

El proyecto será de aporte valioso para el desarrollo empresarial y de la comunidad. El estudio de mercado evidencia la existencia suficiente de consumidores dispuestos a comprar agua embotellada de calidad, los ingresos producidos van a determinar una rentabilidad suficiente y atractiva que satisfaga a los promotores del proyecto.

7.2. Impacto Social

Cuadro Nº 7.3.
Matriz de Impacto Social

Nivel de Impacto Indicadores	Negativo			0	Positivo			+	-	Σ
	-3	-2	-1		1	2	3			
Satisfacción del Trabajador							x	1		3
Salud			x						1	-1
Estabilidad Familiar						x		1		2
Relaciones con la comunidad						x		1		2
Nivel Cultural						x		1		2
Impactos Positivos						3	1	4		
Impactos Negativos			1						1	
Sumatoria de Impactos			-1			6	3			8

FUENTE: Investigación directa -Evaluación de Impactos -.

ELABORACIÓN: La Autora

$$Nivel\ de\ Im\ pacto\ (Social) = \frac{8}{5}$$

$Nivel\ de\ Im\ pacto\ (Social) = 1,6 \longrightarrow$ **Impacto Medio Bajo Positivo**

El puntaje de la matriz de impacto social se encuentra en el nivel bajo positivo con 1 y se aproxima al nivel medio con 0,6; de esta forma se aprecia que el impacto en general es positivo permitiendo la satisfacción del trabajador y sus necesidades, la estabilidad familiar, mejorando las relaciones con la comunidad y el nivel cultural.

La existencia de la empresa constituirá una fuente de empleo directo e indirecto en la zona de influencia. Empleo directo para los familiares que se integren a la misma o personal técnico y operativo del lugar. Empleo indirecto debido al consumo de bienes y servicios en la zona de influencia en diversas proporciones; recalando que no solo generará empleo sino también servirá para mejorar los conocimientos básicos de producción industrialización y comercialización.

Con respecto al impacto bajo negativo que presenta el indicador de salud se atenuará creando planes de Seguridad e Higiene con objetivos encaminados a:

- Prevalecer y garantizar la integridad (seguridad) física de los trabajadores.
- Contar con los mecanismos y las directrices necesarias para brindar una eficiente respuesta a situaciones de emergencia durante el desarrollo de las actividades diarias que se realicen en la empresa.
- Evitar accidentes en cadena que puedan ocasionar mayores incidentes.
- Mitigar las consecuencias de cualquier evento o incidente.

7.3. Impacto Empresarial

Cuadro N° 7.4

Matriz de Impacto Empresarial

Nivel de Impacto	Negativo			0	Positivo			+	-	Σ
	-3	-2	-1		1	2	3			
Indicadores										
Imagen empresarial							x	1		3
Liderazgo						x		1		2
Servicio y Atención al Cliente							x	1		3
Atención Personalizada						x		1		2
Calidad en el servicio							x	1		3
Impactos Positivos						2	3	5		
Impactos Negativos									0	
Sumatoria de Impactos						4	9			13

FUENTE: Investigación directa -Evaluación de Impactos -.

ELABORACIÓN: La Autora

$$\text{Nivel de Impacto (Empresarial)} = \frac{13}{5}$$

$$\text{Nivel de Impacto (Empresarial)} = 2,6 \longrightarrow \text{Impacto Medio Alto Positivo}$$

El puntaje de la matriz de impacto empresarial se encuentra en el nivel medio positivo con 2 y se aproxima al nivel alto con 0,6; lo que determina que la imagen empresarial, el servicio y atención al cliente y la calidad del servicio son factores claves empresariales.

Se requiere implementar en los grupos sociales rurales este impacto , pues el manejo de principios empresariales impulsa al industrial a un cambio de actitud frente a la forma de trabajo y de comercializar su producto; motiva sobre manera al sentirse parte integrante de una organización económica, como es la empresa, ya que su incorporación se lo hace como accionista, y, en éste proceso se genera una autoevaluación de su esfuerzo tanto productivo como de integración a una organización socio económica que además de permitirle un ingreso económico le permite ser integrante de nuevas estructuras societarias. El paso de industrial-vendedor a accionista, es el impacto fundamental que hay que consolidarlo para generar responsabilidades en los participantes de ésta empresa.

Ésta empresa va a estar fundamentada en el marco legal establecido por las leyes vigentes: ley de compañías, ley de fomento a la pequeña industria, código de comercio, ley de régimen tributario interno, entre otras. Por otra parte, se va a manejar utilizando los principios de la administración moderna, en los que la productividad, competitividad y responsabilidad social van a ser sus principales atributos, además de dar énfasis a la imagen empresarial, liderazgo, servicio y atención al cliente, atención personalizada, calidad en el servicio, etc.

7.4. Impacto Ecológico

Cuadro Nº 7.5

Matriz de Impacto Ecológico

Indicadores	Negativo			Positivo				+	-	Σ
	-3	-2	-1	0	1	2	3			
Atmósfera			x						1	-1
Suelo		x							1	-2
Agua			x						1	-1
Flora			x						1	-1
Fauna			x						1	-1
Ecosistema	x								1	-3
Calidad del Medio Ambiente						x		1		2
Impactos Positivos						1		1		
Impactos Negativos	1	1	4						6	
Sumatoria de Impactos	-3	-2	-4			2				-7

FUENTE: Investigación directa -Evaluación de Impactos -.
ELABORADO POR: La Autora

$$\text{Nivel de Impacto (Ecológico)} = \frac{-7}{7}$$

$$\text{Nivel de Impacto (Ecológico)} = -1 \longrightarrow \text{Impacto Bajo Negativo}$$

El puntaje de la matriz muestra un nivel bajo negativo con -1, lo que significa que la apertura de la empresa provocaría alteraciones al ecosistema. Los indicadores atmósfera, suelo, agua, flora, fauna y ecosistema son vulnerables al asentamiento de la Empresa Purificadora y Embotelladora de Agua en el Río Piguambí del Recinto el Guadual, Parroquia Alto Tambo, Provincia de Esmeraldas.

El producto de industrialización del agua es limpio y no genera desechos tóxicos, el consumo de agua es moderado y no se usa insumos químicos para su producción.

Con el propósito de mitigar el impacto negativo los ejecutivos de la empresa realizarán una Evaluación de Impacto Ambiental detallada la que contendrá el Plan de acción que incluirá medidas para prevenir, mitigar y compensar los impactos detectados en la evaluación de impactos.

Además de cumplir con la legislación ambiental vigente, comprometer a la alta dirección de la empresa para la protección de sus empleados y clientes a través del manejo ambientalmente seguro de todos sus procesos.

7.4.1 MITIGACIÓN DE IMPACTOS

Las medidas correctivas servirán como documento guía para mitigar el impacto bajo negativo ecológico hallado como resultado del análisis de impactos.

Objetivos

Los objetivos generales de las medidas correctivas son:

- Analizar las posibles acciones a ejecutar para atenuar el impacto ecológico bajo negativo hallado como resultado del análisis de impactos.
- Describir los procesos, tecnologías, diseño, operación, y otros que se consideren necesarios para corregir (acciones correctivas) y controlar el impacto bajo negativo hallado.
- Priorizar la ejecución de actividades correctivas y preventivas para producir un mínimo impacto al ambiente.

Metas

- Comprometer a la alta dirección de la empresa para la protección de sus empleados y clientes a través del manejo ambientalmente seguro de todos sus procesos.

- Cumplir con la legislación ambiental propuesta implementando programas de manejo de desechos sólidos.

Responsables

La **Alta gerencia** es responsable de:

- Implementar, comunicar y cumplir con las medidas correctivas.
- Asignar responsabilidades con respecto a seguridad ocupacional y protección ambiental.
- Proveer los recursos necesarios para la implementación de las medidas correctivas.
- Motivar a la participación de todos los empleados en las medidas correctivas.
- Valorar la efectividad de las medidas correctivas.

Recursos

- Los recursos precisados para la ejecución de las medidas correctivas deberán ser provistos por la Gerencia General, después de analizar las necesidades para los mismos, los recursos pueden ser de carácter económico, técnico o humano.

Presentación

Las medidas correctivas están compuestas por pasos que conducirán a reducir, evitar o eliminar cualquiera de los componentes del impacto ecológico bajo negativo. Incluyendo acciones de mitigación que permitan establecer equilibrio entre la actividad de producción y el ambiente natural, la presente propuesta contiene un conjunto de acciones dentro de cada programa.

Objetivo

Elaborar medidas correctivas para prevenir, controlar o mitigar el impacto ecológico bajo negativo referente a los envases de agua.

Programas de Manejo

Los programas de manejo organizan las acciones que conducirán al cumplimiento del objetivo de las medidas correctivas definiendo dos programas: Manejo de desechos sólidos no domésticos y programas especiales, cada uno con los respectivos subprogramas, proyectos y actividades.

Cuadro N°7.6

PROGRAMAS DE MANEJO

PROGRAMA	SUBPROGRAMA	PROYECTO	ACTIVIDADES
Manejo de desechos sólidos no domésticos	Crear departamento de gestión ambiental	Sistema de gestión ambiental	Crear políticas de reciclaje
			Capacitación del personal
			Envases biodegradables
			Envase de cristal
	Manejo de envases del agua embotellada	Recolección de envases	Recolección
			Procesamiento
		Almacenamiento y disposición final	Comercialización y adquisición
			Elegir lugar de almacenamiento
Programas especiales	Relaciones comunitarias	Relaciones comunitarias	Llevar control estricto de envases reciclados
			Fortalecer acciones y actividades encaminadas al reciclaje
	Comunicación, capacitación y educación	Comunicación, capacitación y educación	Consensuar aspectos referentes al uso de mano de obra local
			Coordinar con trabajadores y pobladores capacitaciones ambientales con el fin de crear conciencia.

CONCLUSIONES

Una vez que se ha diseñado el estudio de Factibilidad para la creación de la empresa embotelladora de Agua “Guadualita”, se puede afirmar que se han alcanzado todos los objetivos propuestos. A continuación se exponen los principales logros y hallazgos en las siguientes conclusiones:

- El diagnóstico situacional elaborado en la parroquia Alto Tambo, del Cantón San Lorenzo, permitió caracterizar a la zona donde estará situada la empresa “Guadualita” y del área de influencia del Proyecto formulado. Se analizaron aspectos tales como: la historia de formación de este pueblo, su geografía, demografía, y sobre todo conocer de la actividad y desarrollo económico, todos estos datos fueron cimientos estables para ejecutar los siguientes pasos del proyecto. Se logró determinar que en El Guadual, provincia de Esmeraldas, se dan las potencialidades hídricas suficientes como para implantar una Empresa Embotelladora de Agua.
- Las bases teórico-científicas desarrolladas proporcionaron la información suficiente sobre el estado de la investigación del tema propuesto, lo que permitió sustentar científicamente cada una de las fases del proyecto diseñado. Consultas bibliográficas y aportes personales que enfocan conceptos y definiciones importantes de los variados aspectos y variables descritas para la formulación del presente proyecto.
- El desarrollo del estudio de mercado permitió demostrar la existencia de una demanda potencial insatisfecha, que fácilmente puede ser captada por la nueva empresa a constituirse. Esta parte del estudio realizado nos proporcionó valiosa información relacionada a la demanda, oferta, precios y formas de comercialización de este producto para la satisfacción de los

posibles clientes. Se identificó la demanda y oferta del producto en los cantones de Ibarra, Otavalo, San Lorenzo, Rio Verde, Mira y Tulcán, dándonos una pauta positiva, para la creación de una empresa embotelladora de Agua.

- En el estudio técnico, se estableció como lugar de constitución y funcionamiento de la embotelladora de agua “Guadualita”, en el Río Piguambí ubicado en recinto el guadual parroquia de Alto Tambo, debido a que el producto que ofrecerá es natural y producido con responsabilidad social y ecológica, porque la fuente de agua nace en la reserva ecológica Cotacachi Cayapas lo que da la seguridad de que la materia prima es de calidad.
- En el estudio financiero y económico se pudo establecer que el proyecto es factible. La inversión inicial se recuperará en dos años, 4 meses; dentro de los cinco años. Se tiene una tasa interna de retorno del 32% y un valor actual neto positivo de 132.747.78, costo beneficio se ubica en 1.24, de lo que garantiza la ejecución del proyecto para la creación de la empresa “Guadualita”.
- En lo referente a la estructura orgánica y funcional, ésta ha sido diseñada de tal manera que facilitará el desempeño y normal desenvolvimiento de las actividades administrativas de la empresa “Agualita”. Se definió el aspecto legal de creación de la empresa, su misión, visión, valores corporativos, las funciones y responsabilidades de cada integrante o empleado de la compañía, por tal razón una vez establecido los términos de funcionamiento y organización no existirá errores y deslindo de trabajos ni de responsabilidades.
- El nivel de los impactos analizados es positivo, lo que determina que el proyecto a ejecutarse es totalmente viable, en la zona de influencia como es el recinto el guadual, parroquia Alto Tambo.

RECOMENDACIONES

- El lugar donde se pretende crear la empresa embotelladora de agua “Guadualita”, posee múltiples e impresionantes fuentes de agua natural, que deberían ser aprovechadas; porque en la actualidad todas las personas consumen agua embotellada, este producto se ha convertido en un recurso indispensable.
- Se debe tomar en cuenta que el sustento teórico, sirve como base y apoyo para cualquier disposición que puedan tomar más adelante los dueños o directivos de una empresa.
- Brindar un servicio de calidad; para satisfacer las expectativas del cliente. Se debe implementar estrategias de comercialización para posicionarse en el mercado tomando en cuenta que la competencia es bastante fuerte.
- Se debe producir con calidad y responsabilidad social, respetando el ambiente natural, debido a que en el sector no existen fuentes de contaminación además que el producto debe aportar a la salud humana.
- Se debe implementar esta empresa por su atractiva rentabilidad y pronta recuperación de la inversión.
- Dar a conocer a los empleados y trabajadores la organización y funcionamiento de la empresa la designación de funciones, los procesos productivos, de distribución, estatutos, las responsabilidades de cada empleado, para evitar malos entendidos en el desarrollo y funcionamiento de la empresa.

- Se deberá mantener los niveles positivos de impactos; y, en caso de que en la ejecución del proyecto existieran variaciones, tratar de emendar errores y solucionar los inconvenientes, en caso de que se presentaran.

BIBLIOGRAFÍA

- **THOMPSON, Iván.** Administración, (2009)
- **GESTIÓN Polis,** Administración, (03-2003),
- **VÁSQUEZ, Víctor.** Organización aplicada, (2002),
- **BRAVO VALDIVIESO, Mercedes** (Contabilidad General)
- **CERBONI Y BESTA** , Hermann. Código de Comercio
- **CHILQUINGA, Manuel.** Costos por Ordenes de Producción
- **DÁVALOS, Nelson,** Enciclopedia Básica de Administración, Contabilidad y Auditoría, (1997)
- **JÁCOME, Walter.** Bases teóricas y prácticas para el diseño y evaluación de proyectos productivos y de inversión, (2005)
- **MINISTERIO DE EDUCACIÓN,** Instructivo para la realización de un plan de negocios para unidades educativas de producción,(2008)
- **KOONTZ, Harold.** Administración en la Perspectiva Global, 1998
- **ARBOLEDA VÉLEZ, Germán,** Proyectos Formulación, evaluación y control, 2001.
- **ENCARTA.** Enciclopedia Microsoft, 2009.
- **QUIM, Ada Barrenechea Martel,** Manual Aspectos físicos de la calidad del agua, Tomo I,
- **THOMPSON, Iván.** Manual de Administración. (2009).
- **DÍAZ, Hernando,** Contabilidad. (2001)
- **CHILQUINGA, Manuel** Contabilidad de Costos (2008), Procesos de Producción
- **CABANILLA .Enrique** .Manual del Emprendedor.UCT 2006 .
- **ANJOLA, Sérvulo,** (1993) Administración de Pequeñas Empresas.
- **BRAVO, Mercedes** (2001) Contabilidad General, 4ª edición, Quito
- **CUESTA, Rafael** (1992) Auditoria de estados financieros. Editorial Instituto de Investigaciones Contables del Ecuador IICE. Quito
- **DIAZ, Mosto Jorge.** Análisis Financiero, Edt. Norma, Lima, Perú.
- **FEDERACIÓN DE CONTADORES DEL ECUADOR,** (2001) Normas ecuatorianas de contabilidad (NEC)

- **FINNEY, H. Y MILLER, H.** 1978.Curso de Contabilidad Básica. 2ªEdición. Editorial U.T.E.H.A. España. 2005
- **GALINDO, Carlos** (2004) Manual para la creación de empresas, Colombia
- **GUTIÉRREZ, Luis Fernando** (1997) Finanzas practicas para países en desarrollo. Editorial Norma, Bogotá, Colombia.
- **HARGADON, Bernard,** (2000) Principios de contabilidad, 4ª Edición, Bogotá, Colombia.
- **OCHOA, Guadalupe,** (2001) Administración Financiera, 2ª edición, México
- **ORTIZ, Alberto,** (2001) Presupuestos, 2ª edición, Colombia.
- **QUINTEROS, Juan José** (2006) Evaluación de Proyectos de Inversión
- **REDONDO, A.** Curso Practico de Contabilidad General. Novena Edición. Editorial Central Contable de Venezuela.
- **TRUJILLO Gonzalo (1999)** Marketing Empresarial. Universidad del Cauca, Colombia.
- **MALDONADO E Milton (2006)** Auditoría de Gestión.
- **SILVA G. Francisco** (2009) Gerencia Pública Integral.
- **GTZ** (2007) Manual ValuLinks – Metodología para el Fomento de la Cadena de Valor
- **ALARCON H. Erika** (2005) Excel para Contadores

LINCOGRAFÍA:

www.rena.edu.ve/cuartaEtapa/metodologia/fundamentacionTeorica.

www.monografias.com

es.wikipedia.org

www.dinero.com

www.inec.ec

www.sri.gob.ec

ANEXOS:

ANEXO 1:

“UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE”

ENCUESTA DIRIGIDA NEGOCIOS (Tiendas y Supermercados)

OBJETIVO: Determinar la oferta y la demanda del agua embotellada en los negocios, tiendas y supermercados en los cantones de Ibarra, Otavalo, San Lorenzo, Río Verde, Tulcán y Mira.

DATOS INFORMATIVOS:

Cantón:

Tipo de tienda:

Nombre del encuestador:

N° de encuesta:

Fecha:

INSTRUCCIONES:

Lea cada una de las preguntas planteadas, así como las alternativas que se encuentran.

En los respectivos espacios escriba los datos que se solicita.

Escriba la letra x dentro del paréntesis que relacione la respuesta correcta con el enunciado.

CUESTIONARIO

¿Vende Agua Embotellada?

() SI

() NO

¿Con que frecuencia se abastece del agua embotellada?

- ☐ Diario
- ☐ Semanal
- ☐ Quincenal

¿Qué marca de agua prefieren sus clientes?

- ☐ Tesalia
- ☐ Dasani
- ☐ Vivan
- ☐ Agua Pura
- ☐ Guitig
- ☐ Otras

¿Qué tamaño prefieren los clientes?

- ☐ Pequeña
- ☐ Mediana
- ☐ Grande
- ☐ Otras

¿Cuál es el precio de compra?

- ☐ Pequeña 500ml
- ☐ Mediana 1 lts.
- ☐ Grande 3 lts.
- ☐ Bidón 5 lts.
- ☐ Bidón 8 lts.

¿Qué tipo de envase prefieren?

- ☐ Vidrio
- ☐ Plástico
- ☐ Otros

¿Por qué cree que los consumidores compran el agua por el precio o por la calidad?

- ☐ Precio
- ☐ Calidad

¿Cómo realiza el pago de la mercadería de contado o a crédito?

() Contado.

() Crédito

¿En el siguiente cuadro señale qué cantidad aproximada de unidades adquiere mensualmente?

	Pequeña 500 ml				Mediana 1 lts.				Grande 4 lts.			
CANTONES												
CANTIDAD	0-50	50-100	100-150	MAS	0-50	50-100	100-150	MAS	0-50	50-100	100-150	MAS
Ibarra												
Otavalo												
San Lorenzo												
Rio Verde												
Tulcán												
Mira												
TOTAL												

¿Si Llegaría otro proveedor y le ofertaría otra marca de agua embotellada usted le compraría?

() SI

() NO

GRACIAS POR SU GENTILEZA

ANEXO 2:

Ibarra, 28 de Julio del 2010

SEÑORA
Nila Tituaña

TELEFONO:

CIUDAD: Ibarra

De acuerdo a su requerimiento tenemos el agrado de proformar a UD. el siguiente equipo.

CANT.

DETALLE DE LOS EQUIPOS

- 1 **Lavador de bidones con agua y vapor**, (8 bidones), tanque construida en acero inox. AISI 304-430, incluye; cepillos limpiadores, acoples, tubería, válvulas solenoides (agua y vapor) para todo el sistema, bomba sanitaria, tablero de control automático.

PRECIO USD \$ 7.900

- 1 **Envasador de bidones para agua semiautomático, electro-neumático** capacidad aproximada 240 golpes/hora, (aproximadamente 480 bidón/hora de 20 lts.) incluye **dos tomas de dosificado volumétrico**, construido en acero inox. AISI-304-430, incluye automatización, bomba sanitaria, transportador de bidones, cámara de termoencogible de capuchones, tablero de control automático.

PRECIO USD \$ 24.900

- 1 **Envasador para líquidos semiautomático electro-neumático** capacidad aproximada 375 golpes/hora, (aproximadamente 1.500 botellas/hora de 500 cc), incluye **cuatro tomas de dosificado volumétrico** construido en acero inox. AISI-304-430, incluye automatización, tanque de balance, bomba sanitaria de recirculación, tablero de control automático,

PRECIO USD \$ 9.900

- 1 **Roscadora de tapas semiautomática-neumática**, incluye cuatro tomas de roscado construida en acero inox. AISI 304-430.

PRECIO USD \$ 4.500

- 1 **Máquina envasadora de manga de tipo semiautomática mecánica**, permite envasar leche, agua natural o con esencias, yogurt y productos de viscosidad media.

SECUENCIA DE LA MÁQUINA:

- Ubicación de la manga de film plástico en la máquina.
- Tracción de film hacia abajo.
- Dosificado en la funda (50cc hasta 4.000cc).
- Sellado térmico horizontal de la funda mediante control manual.
- Descarga por gravedad de la funda.

CARACTERÍSTICAS GENERALES:

- Una cabeza.
- Capacidad de enfundado aproximado de 400 golpes/hora, dependiendo de la dosificación del envasado.
- Dosificación automática regulable desde 50cc hasta 4.000cc.
- La máquina está construída en acero inox. AISI-304 y acero negro prepintado.
- Controles manuales de fácil acceso con luces piloto que indican cada fase de operación.
- Soldadura automática regulable.
- Suministro de energía eléctrica 220 Volt, monofásico.
- Suministro de aire mediante compresor de 2HP (provisto por el cliente)

PRECIO USD \$ 12.000

- 1 Gastos de instalación y puesta en marcha, **se excluyen materiales**, únicamente mano de obra calificada.

PRECIO USD \$ A CONVENIR

FLETE: Es responsabilidad del cliente, así como carga y descarga de nuestras oficinas.

GARANTÍA: Todos los equipos quedan garantizados por un año, desde la entrega de los mismos, ante cualquier defecto de fabricación, excepto daño eléctrico provocado por variación de voltaje o mal uso del equipo, previa inspección de nuestro personal técnico.

FORMA DE PAGO: 60% A LA FIRMA DE CONTRATO

30% CONTRA ENTREGA
10% CONTRA INSTALACION

PLAZO DE ENTREGA: 60 DÍAS HÁBILES.

VALIDEZ DE LA PROFORMA: 15 días calendario, luego variación de precios sin previo aviso.

Si esta pro forma es favorable a sus intereses agradeceremos informarnos oportunamente.

ATENTAMENTE,

Dr. Carlos Játiva
GERENTE

ANEXO 3:

MUEBLES Y ENSERES

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Escritorio Ejecutivo	1	250	250
Escritorio Secretaria	4	180	720
Silla Giratoria	2	120	240
Silla Común	10	35	350
Archivador	4	125	500
TOTAL			2060

FUENTE: Investigación Directa

ELABORADO POR: La Autora

EQUIPO DE OFICINA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computadores	2	650,00	1300
Calculadora	1	58,00	58
Teléfono	2	180,00	360
TOTAL			1718

FUENTE: Investigación Directa

ELABORADO POR: La Autora

MAQUINARIA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Ozonizador	1	1800	1800,00
Embotelladora	1	9900	9900,00
Tapadora	1	4500	4500,00
Etiquetadora	1	4500	4500,00
TOTAL			20700,00

FUENTE: Investigación Directa

ELABORADO POR: La Autora

ENSERES PARA LA PRODUCCIÓN

DETALLE	CANTIDAD M.	C. UNITARIO	COSTO TOTAL
Manguera	2000,00	6,00	12000
Tanques de acero inoxidable 10 M3	2,00	1300,00	2600
Filtro de membrana	2,00	1400,00	2800
TOTAL			17400

FUENTE: Investigación Directa

ELABORADO POR: La Autora

VEHIULO 35000

AÑO	DEPRECIACION ANUAL	DEPRECIACION ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
1	7000	7000	28000
2	7000	14000	21000
3	7000	21000	14000
4	7000	28000	7000
5	7000	35000	0

FUENTE: Investigación Directa

ELABORADO POR: La Autora

EDIFICIO 45000

AÑO	DEPRECIACION ANUAL	DEPRECIACION ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
1	2250	2250	42750
2	2250	4500	40500
3	2250	6750	38250
4	2250	9000	36000
5	2250	11250	33750
6	2250	13500	31500
7	2250	15750	29250
8	2250	18000	27000
9	2250	20250	24750
10	2250	22500	22500
11	2250	24750	20250
12	2250	27000	18000
13	2250	29250	15750
14	2250	31500	13500
15	2250	33750	11250
16	2250	36000	9000
17	2250	38250	6750
18	2250	40500	4500
19	2250	42750	2250
20	2250	45000	0

FUENTE: Investigación Directa

ELABORADO POR: La Autora

**MUEBLES Y
ENSERES**

AÑO	DEPRECIACION ANUAL	DEPRECIACION ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
1	261	261	2349
2	261	522	2088
3	261	783	1827
4	261	1044	1566
5	261	1305	1305
6	261	1566	1044
7	261	1827	783
8	261	2088	522
9	261	2349	261
10	261	2610	0

FUENTE: Investigación Directa

ELABORADO POR: La Autora

MAQUINARIA 20700

AÑO	DEPRECIACION ANUAL	DEPRECIACION ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
1	2070	2070	18630,00
2	2070	4140	16560
3	2070	6210	14490
4	2070	8280	12420
5	2070	10350	10350
6	2070	12420	8280
7	2070	14490	6210
8	2070	16560	4140
9	2070	18630	2070
10	2070	20700	0

FUENTE: Investigación Directa

ELABORADO POR: La Autora

SUELDOS ADMINISTR.	Nº		SUELDO MENSUAL	FONDO DE RES	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL	DEC IV	DEC III	APORTE PAT 12,15%	TOTAL
Gerente	1,00	500	500,00	41,67	541,67	6500,00	240,00	500,00	729,00	7969,00
Secretaria Contadora	1,00	400	400,00	33,33	433,33	5200,00	240,00	400,00	583,20	6423,20
SUELDOS VENTAS					975,00	11700,00	480,00	900,00	1312,20	14392,20
Chofer	1,00	360	360,00	30,00	390,00	4680,00	240,00	360,00	524,88	5804,88
TOTAL					390,00	4680,00	240,00	360,00	524,88	5804,88
GASTOS OPERATIVOS										
Técnico de Producción	1,00	400	400,00	33,33	433,33	5200,00	240,00	400,00	583,20	7690,87
Trabajadores	3,00	240	720,00	60,00	780,00	9360,00	240,00	720,00	1049,76	11369,76
TOTAL					1213,33	14560,00	480,00	1120,00	1632,96	19060,63

FUENTE: Investigación Directa

ELABORADO POR: La Autora

IESS

DESCRIPCION	Nº		SUELDO MENSUAL	APORTE PATRONAL 12,35 %	APORTE PERSONAL 12,15%	APORTE MENSUAL IESS	APORTE PATRONAL ANUAL
Gerente	1	500	500	61,75	60,75	122,5	1470
Secretaria Contadora	1	400	400	49,4	48,6	98	1176
Chofer	1	360	360	44,46	43,74	88,2	1058,4
Técnico de Producción	1	400	400	49,4	48,6	98	1176
Trabajadores	3	240	720	88,92	87,48	176,4	2116,8
			2380	293,93	289,17	583,1	6997,2

FUENTE: Investigación Directa

ELABORADO POR: La Autora

Flujo de Caja Proyectado Operacional

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS					
Agua embotellada sin gas 250 ml.	102,366.00	105,436.98	108,600.09	111,858.09	115,213.83
Agua embotellada sin gas 1 litro.	115,468.85	118,932.91	122,500.90	126,175.93	129,961.21
Agua embotellada sin gas de 5 litros	93,357.79	96,158.53	99,043.28	102,014.58	105,075.02
Bancos	18,174.14	104,829.03	168,945.92	234,367.42	301,172.93
TOTAL DE INGRESOS	329,366.78	425,357.45	499,090.19	574,416.02	651,422.99
TOTAL DE GASTOS					
Gastos de producción	183,373.39	188,874.59	194,540.83	200,377.05	206,388.36
Gastos indirectos de producción	11,147.04	11,481.45	11,825.89	12,180.67	12,546.09
Gastos Administrativos	14,033.80	14,567.49	15,295.86	16,060.66	16,863.69
Gastos de Ventas	14,453.52	15,176.20	15,935.01	16,731.76	17,568.34
Gastos de Constitución	1,530.00				
Pago 15% Utilidades Trabajadores		10,887.64	11,224.21	11,541.91	11,864.68
Pago 25% Impuesto a la Renta		15,424.16	15,900.97	16,351.04	16,808.30
Reparto de Utilidades 80%					
TOTAL EGRESOS	224,537.75	256,411.53	264,722.77	273,243.09	282,039.46
SUPERÁVIT O DÉFICIT					
	-150,552.14	104,829.03	168,945.92	301,172.93	369,383.52

FUENTE: Investigación Directa

ELABORADO POR: La Autora

PRESUPUESTO DE INGRESOS, COSTOS Y GASTOS

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS					
Agua embotellada sin gas 250 ml.	102.366,00	105.436,98	108.600,09	111.858,09	115.213,83
Agua embotellada sin gas 1 litro.	115.468,85	118.932,91	122.500,90	126.175,93	129.961,21
Agua embotellada sin gas de 5 litros	93.357,79	96.158,53	99.043,28	102.014,58	105.075,02
Inversión	150.552,14				
TOTAL DE INGRESOS	461.744,78	320.528,42	330.144,27	340.048,60	350.250,06
EGRESOS					
Gastos de producción	183.373,39	188.874,59	194.540,83	200.377,05	206.388,36
Gastos indirectos de producción	11.147,04	11.481,45	11.825,89	12.180,67	12.546,09
Gastos Administrativos	14.033,80	14.567,49	15.295,86	16.060,66	16.863,69
Gastos de Ventas	14.453,52	15.176,20	15.935,01	16.731,76	17.568,34
Gastos de Constitución	1.530,00				
Gasto de Inversión	132.378,00				
Pago 15% Utilidades Trabajadores		10.887,64	11.224,21	11.541,91	11.864,68
Pago 25% Impuesto a la Renta		15.424,16	15.900,97	16.351,04	16.808,30
TOTAL EGRESOS	356.915,75	256.411,53	264.722,77	273.243,09	282.039,46
UTILIDAD NETA PROYECTADA	104.829,03	64.116,89	65.421,50	66.805,51	68.210,59

FUENTE: Investigación Directa

ELABORADO POR: La Autora

ANEXOS 4:

PROQUILIM

BERNARDA PIEDAD HARO ALBUJA
 Dir.: Bartolomé García 3-19 y Luis Toro moreno
 Ibarra - Ecuador

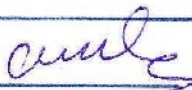
RUC: 1000836526001 AUT. SRI.: 1108177885

PROFORMA

NOTA DE VENTA 001-001 **Nº 0009052**

Señor:	AIDE TITUAÑA	Telf.:	
RUC/C.I.	1002347720	Fecha:	2011 - 01 - 18
Dir.:	IBARRA		

Cant.	DESCRIPCION	P. Unit.	TOTAL
	Envases 1/2 litro	0.10	
	Envases 1 litro	0.20	
	Envases 5 litros	0.40	
TOTAL			


FIRMA AUTORIZADA

RECIBI CONFORME

Edwin Mauricio Ruelas Pabón - Imprenta Offset "E&O" RUC: 1001479295001 Aut. N° 5575 Telf.: 2855 759 Original: Adquirente
 Imp.: 8101- 9100 / IMP. 27/04/2010 VALIDO PARA SU EMISION HASTA ABRIL 2011 Copia: Emisor

WORLD COMPUTERS

Su inversión inteligente

Razón Social para Emisión de Retención: **NORMA YOLANDA CORDOVA PALADINES**
 RUC: 0701084121001
CONTRIBUYENTE ESPECIAL Según Resolución N° 486 / NO EFECTUAR RETENCION DEL IVA

PROFORMA

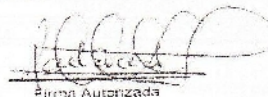
Cliente: Sra. Aidé Tituaña
 Teléfono: 099 55 14 45
 Ciudad: Ibarra
 Fecha / Envío: 17 de Nov 2010

Información y Ventas:
 Esteban Maldonado
 Cel: 092 037 404
 Oficina: 2 640 333

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
1	Case ATX Mainboard DG41 Gigabyte Procesador Intel Dual Core 2.6 Ghz Dimm 2 Gb DDR2 667 Kingston Disco duro 320 Gb S ATA Samsung/Seagate DVD WR 20x/22x (300293) Lector Multi Card Sonny 3.5" Interno Monitor 17" LCD Samsung/L.G/ Benq Teclado Genius KB 220 PS/2 Mouse Optico Genius Net Scroll PS/2 Audifono - Microfono GE Ultra Lite Camara Web Genius Look/Eye 110 Regulador Forza 1200 Tarjeta de video GEO/ATI 512 DDR2	538,05	538,05
1	Tarjeta de sonido Sound Blaster SE 4LS.1		31,89
Subtotal			569,94
IVA 12%			68,39
Total			638,33
ref 3266	Precio de Contado		

La Garantía y Confianza es lo más importante...

Garantía: 3 Años Procesador y Memorias
 1 Año accesorios


 Firma Autorizada

WORLD COMPUTERS



19 AÑOS DE EXPERIENCIA SERIEDAD Y CONSTANCIA
 Pedro Moncayo 3-53 y Rocafuerte
 Telefonos: 2 640_444 2 640_333 2950_008 Telefax 2 643_036